



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO**

**“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE RAFTING EN EL  
CANTÓN CUMANDÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER  
EL TÍTULO DE INGENIERO EN ECOTURISMO**

**AUCANCELA GUACHO PAUL RENATO**

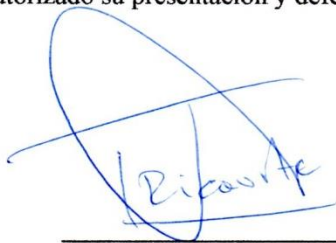
**RIOBAMBA-ECUADOR  
2016**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

**CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN**

El suscrito TRIBUNAL DEL TRABAJO DE TITULACIÓN, Certifica: Que; El señor Paul Renato Aucancela Guacho, culminó con el trabajo de emprendimiento de titulación denominado **“DISEÑO DE UN PRODUCTO TURISTICO DE RAFTING EN EL CANTÓN CUMANDÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, y ha sido prolijamente revisada y aprobado, quedando autorizado su presentación y defensa.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Ricaurte', is written over a horizontal line.

Ing. Carlos Ricaurte

DIRECTOR

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Catalina Verdugo', is written over a horizontal line.

Ing. Catalina Verdugo

MIEMBRO

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Paul Renato Aucancela Guacho**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que proviene de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 2 de junio del 2016



Paul Renato Aucancela Guacho

CI: 060481255-2

## DEDICATORIA

*Con mucho cariño dedico este trabajo a la persona más importante en mi vida, mi madre Francisca, que ha sido mi apoyo incondicional, ejemplo de trabajo, fortaleza y perseverancia.*

*A mi padre José por el ejemplo que ha infundido en mí para ser lo que soy.*

*A mis queridos hermanos Carlos, José Luís, Danny, Jorge, Wilson por su apoyo incondicional, y su ejemplo de felicidad.*

*A mis Abuelitos Domingo, Mercedes y mi Tío Salomón*

*A todas las personas que he conocido a lo largo de mi vida y quienes me han brindado su apoyo.*

*Att:*

*Paul Renato*



## AGRADECIMIENTO

### ***A Dios.***

*Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.*

*A mi madre, a mi padre y a mis hermanos, a Jorge HG, a Pelos, a Wilson a Sam, a Messi y a Santiago Caisabanda por haberme brindado su apoyo, a sus familias por haberme permitido entrar a sus hogares, a Mario, a Pepe, y a Noé, por su amistad, a todas las personas que he conocido y me han brindado su apoyo o amistad.*

*A la Agencia Geotours, a Don Geovanny, a Sra. Mónica, a Oscar, a Gato, a William, a Roberto, a Marcial a Lucho y Carlos por ser mis instructores de Rafting y Selva*

*A la Agencia Imagine Ecuador, a mi brother Juan, a Leo, a Mario, a Patolin, a Medardo, a Darwin por darme la oportunidad de crecer como guía de Rafting y Canyoning*

*A mis profesores de la Politécnica por sus enseñanzas, y de manera especial a los Ing. Carlos Ricaurte y Catalina Verdugo por su tiempo y apoyo para la culminación de este trabajo.*

*A todos a quienes no he mencionado pero que los tengo presente en mi corazón, a todos que Dios les pague y gracias por formar parte de mi vida.*

## TABLA DE CONTENIDOS

I.	DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE RAFTING EN EL CANTÓN CUMANDÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO. ....	1
II.	INTRODUCCIÓN.....	1
A.	JUSTIFICACIÓN .....	3
B.	OBJETIVOS .....	5
1.	Objetivo general. ....	5
2.	Objetivos específicos.....	5
C.	HIPÓTESIS .....	5
III.	REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA .....	6
A.	TURISMO .....	6
1.	Definición.....	6
2.	Turismo de aventura .....	6
3.	Clasificación del Turismo de Aventura .....	7
4.	Rafting deporte de aventura.....	11
B.	PRODUCTO.....	13
1.	Definición.....	13
2.	Diseño de un producto turístico .....	13
C.	ATRATIVOS TURISICOS .....	14
1.	Metodología para el inventario de atractivos turísticos.....	14
2.	Inventario de atractivos turísticos .....	14
D.	ESTUDIO DE MERCADO .....	17
1.	Mercadeo.....	18
2.	Análisis de la demanda.....	22
3.	Análisis de la oferta. ....	25
E.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL .....	29
1.	Organización del proyecto (definición de áreas) .....	29
2.	Marco legal.....	30
IV.	MATERIALES Y MÉTODOS .....	31
A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR.....	31

1.	Localización del lugar .....	31
2.	Ubicación geográfica.....	31
3.	Características climáticas .....	32
3.	Clasificación ecológica.....	32
4.	Características del suelo .....	32
5.	Hidrografía .....	32
6.	Materiales y equipos.....	33
B.	METODOLOGÍA.....	33
2.	Diseñar una herramienta metodológica para categorizar los ríos en donde se desarrolle el .....deporte o la práctica del rafting. ....	34
3.	Establecer el estudio técnico para implementar el Rafting en los ríos del Cantón .....Cumandá. ....	34
4.	Desarrollar un estudio de Impacto ambiental. ....	34
5.	Elaborar un estudio de mercado. ....	35
6.	Diseñar técnicamente el producto turístico de Rafting. ....	37
7.	Determinar los canales de comercialización o promoción del producto. ....	38
V.	RESULTADOS .....	39
A.	Inventariar los recursos turísticos naturales de los ríos de uso potencial para la práctica de .....Rafting en el Cantón Cumandá.....	39
1.	Diagnóstico Turístico del Cantón Cumandá .....	39
2.	Diagnóstico Turístico .....	43
3.	Principales atractivos turísticos de uso potencial para la práctica del Rafting .....	47
4.	Declaración de la Imagen del Cantón Cumandá .....	88
B.	Diseñar una herramienta metodológica para categorizar los ríos en donde se desarrolle el .....deporte o la práctica del Rafting. ....	89
1.	Calculo del Caudal .....	89
2.	Determinación de los puntos de muestra para la calidad de agua del río Chimbo. ....	102
C.	Establecer el estudio técnico para implementar el Rafting en los ríos del Cantón Cumand. ....	112
1.	Sitios .....	112
2.	Equipamiento para la práctica de Rafting .....	117
3.	Plan de Operación de Rafting .....	128
4.	Seguridad .....	136
5.	Planificación y gestión de riesgos antes de un viaje .....	145
D.	Elaborar un estudio de mercado. ....	150

2.	Segmentación de Mercado.....	151
3.	Universos de Estudio.....	151
4.	Muestra.....	152
5.	Distribución de la Muestra .....	152
6.	Instrumento .....	153
7.	Elaboración del Cuestionario.....	153
8.	Levantamiento de Información.....	153
9.	Sistematización de Resultados turistas Extranjeros .....	154
10.	Análisis de la Oferta .....	192
E.	Diseñar técnicamente el producto turístico de rafting. ....	208
1.	Diseño Técnico.....	208
F.	Desarrollar un estudio de Impacto Ambiental. ....	222
1.	Estudio de impacto ambiental.....	222
G.	Determinar los canales de comercialización o promoción del producto. ....	236
1.	Isotipo .....	236
2.	Estrategias de comercialización.....	237
3.	Viabilidad Legal Administrativo .....	261
4.	Viabilidad Económica .....	279
5.	Viabilidad financiera. ....	290
VI.	CONCLUSIONES.....	293
VII.	RECOMENDACIONES .....	295
VIII.	RESUMEN.....	296
IX.	SUMARY.....	297
X.	BIBLIOGRAFÍA.....	298
XI.	ANEXOS.....	300

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Límites .....	31
Tabla 2 Servicios de Turísticos de Hospedaje .....	45
Tabla 3 Río Chimbo.....	47
Tabla 4 Río Blanco .....	52
Tabla 5 Río Chanchan .....	56
Tabla 6 Río San Pablo.....	60
Tabla 7 Río La Lucía.....	64
Tabla 8 Río Chilicay .....	68
Tabla 9 Río El Rosario.....	72
Tabla 10 Río Zurucay.....	76
Tabla 11 Río Mayahuán .....	80
Tabla 12 Río Azul .....	84
Tabla 13 Recursos Hídricos. ....	88
Tabla 14 Cálculo de la velocidad sección (San Pablo) .....	90
Tabla 15 Cálculo de la velocidad sección ( Cruz del Hueso).....	90
Tabla 16 Cálculo de la Velocidad Sección ( El Malecón) .....	91
Tabla 17 Alturas medias, Río Chimbo .....	91
Tabla 18 Análisis físico-químico de la microcuenca del río Chimbo. ....	105
Tabla 19 Variación de Oxígeno disuelto en % saturación en los puntos de muestreo .....	106
Tabla 20 Potencial de Hidrógeno pH .....	107
Tabla 21 Resultados DBO5, en los puntos de muestreo .....	108
Tabla 22 Resultado de Coliformes fecales en los puntos de muestreo.....	109
Tabla 23 Resumen del índice de calidad del agua "ICA" en los tres puntos de muestreo río Chimbo .....	110
Tabla 24 Equipos .....	117
Tabla 25 Equipo para Turistas.....	118
Tabla 26 Equipo del Guía.....	120
Tabla 27 Equipo Colectivo.....	122
Tabla 28 Equipo Complementario.....	123
Tabla 29 Equipo Extra .....	124
Tabla 30 Equipo para el Safety Kayaking .....	125
Tabla 31 Requisitos para la obtención de licencias .....	137
Tabla 38 Matriz para la investigación de mercados.....	150
Tabla 39 Universo de Estudio .....	151
Tabla 40 Distribución de la muestra.....	152
Tabla 41 Rango de edad de Turistas Extranjeros.....	154
Tabla 42 Género de los turistas extranjeros.....	155
Tabla 43 País de procedencia de los turistas extranjeros .....	156
Tabla 44 Con quien viajan los Turistas Extranjeros .....	157
Tabla 45 Nivel de ingresos mensual turistas extranjeros .....	158
Tabla 46 Motivo de viaje de los turistas extranjeros .....	159
Tabla 47 Tiempo de permanencia al realizar un viaje por motivo de turismo .....	161
Tabla 48 Gasto por persona por día.....	162

Tabla 49 Servicios turísticos al viajar.....	163
Tabla 50 Conocimiento sobre Cumandá o Bucay.....	164
Tabla 51 Ha visitado Cumandá o Bucay. ....	165
Tabla 52 Temporada del año e viajar. ....	166
Tabla 53 Interés en realizar Deportes de Aventura en Cumandá. ....	167
Tabla 54 Actividades de aventura a elegir.....	168
Tabla 55 Tiempo de duración del tour.....	169
Tabla 56 Comprar un producto (tour) en una Operadora de Turismo.....	170
Tabla 57 Forma de Pago .....	171
Tabla 58 Rango de edad de Turistas Nacionales .....	173
Tabla 59 Género de los turistas nacionales.....	174
Tabla 60 Lugar de procedencia de los turistas nacionales .....	175
Tabla 61 Con quien viajan los turistas nacionales .....	176
Tabla 62 Nivel de ingresos mensual por familia .....	177
Tabla 63 Motivo de viaje de los turistas nacionales .....	178
Tabla 64 Medio de información que usan los turistas nacionales .....	179
Tabla 65 Tiempo de permanencia al realizar un viaje por motivo de Turismo .....	180
Tabla 66 Gasto por persona por día.....	181
Tabla 67 Servicios turísticos al viajar.....	182
Tabla 68 Conocimiento sobre Cumandá o Bucay.....	183
Tabla 69 Ha visitado Cumandá o Bucay. ....	184
Tabla 70 Temporada del año e viajar. ....	185
Tabla 71 Interés en realizar Deportes de Aventura en Cumandá. ....	186
Tabla 72 Actividades de aventura a elegir.....	187
Tabla 73 Tiempo de duración del tour.....	188
Tabla 74 Comprar un producto (tour) en una Operadora de Turismo.....	189
Tabla 75 Forma de Pago .....	190
Tabla 76 Atractivos del cantón Cumandá.....	192
Tabla 77 Análisis de la Competencia .....	196
Tabla 78 Guías que operan en el cantón Bucay.....	197
Tabla 79 Cantón General Antonio Elizalde (Bucay). ....	198
Tabla 80 Cantón Baños de Agua Santa (Pedacito de Cielo).....	200
Tabla 81 Comunidad de Montañita .....	202
Tabla 82 Puerto López .....	204
Tabla 83 Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera.....	206
Tabla 84 Proyección de la Oferta .....	207
Tabla 85 Demanda Insatisfecha y objetivo.....	207
Tabla 86 Atractivos turísticos.....	208
Tabla 87 Cuál es su Edad** Que le gustaría realizar, tabulación cruzada.....	210
Tabla 88 Paquete 001 .....	212
Tabla 89 Proveedores de servicios .....	215
Tabla 90 Análisis de costos del paquete 01. ....	217
Tabla 91 Paquete 002.....	218
Tabla 92 Proveedores de servicios .....	220
Tabla 93 Análisis de costos del paquete 002. ....	221
Tabla 32 Acciones de los productos turísticos por categoría. ....	225

Tabla 33 Componentes ambientales del producto turístico por categoría.....	225
Tabla 34 Parámetros de valoración de la matriz ambiental de Leopold.....	227
Tabla 35 Evaluación de impactos ambientales para la operación .....	228
Tabla 36 Porcentaje de valores.....	231
Tabla 37 Acciones y requerimientos para la mitigación de impactos ambientales .....	233
Tabla 94 Productos turísticos del canton Cumandá. ....	237
Tabla 95 Tarifas y comisiones por paquete. ....	238
Tabla 96 Acciones y estrategias de marketing para la comercialización. ....	238
Tabla 97 Agencias y operadoras de turismo de las ciudades de Guayaquil, Montañita, Riobamba y Cuenca .....	242
Tabla 98 Plan de Publicidad.....	244
Tabla 99 Cronograma de aplicación del plan de publicidad .....	246
Tabla 100 Presupuesto aproximado del marketing mix.....	260
Tabla 101 Cargos y funciones del talento humano .....	271
Tabla 102 Manual de funciones .....	271
Tabla 103 Perfil.....	274
Tabla 104 Sueldos y salarios del recurso humano .....	275
Tabla 105 Inversiones del proyecto.....	279
Tabla 106 Fuentes y usos del proyecto.....	280
Tabla 107 Financiamiento del Proyecto. ....	280
Tabla 108 Referencia de depreciaciones .....	281
Tabla 109 Depreciación de activos fijos.....	282
Tabla 110 Amortización de activos diferidos .....	282
Tabla 111 Cálculo del pago de la deuda. ....	283
Tabla 112 Estructura de costos y gastos proyectada para 5 años .....	285
Tabla 113 Estructura de ingresos .....	287
Tabla 114 Estado de resultados. ....	288
Tabla 115 Cálculo del flujo de caja.....	289
Tabla 116 Viabilidad Financiera .....	291

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Cálculo del Área-Perímetro.....	92
Gráfico 2 Unión de Puntos para la obtención del Área y del perímetro.....	93
Gráfico 3 Perímetro Mojado .....	94
Gráfico 4 Licencias mínima para guías .....	136
Gráfico 5 Condiciones por Edades para Rafting .....	149
Gráfico 6 Rango de edad de Turistas Extranjeros .....	154
Gráfico 7 Género de los turistas extranjeros.....	155
Gráfico 8 País de procedencia de los turistas extranjeros .....	156
Gráfico 9 Con quien viaja el turista extranjero .....	157
Gráfico 10 Nivel de ingresos mensual turistas extranjeros .....	158
Gráfico 11 Motivo de viaje de los turistas extranjeros .....	159
Gráfico 12 Medio de información que usan los turistas extranjeros .....	160
Gráfico 13 Tiempo de permanencia al realizar un viaje por motivo de turismo .....	161
Gráfico 14 Gasto por persona por día.....	162
Gráfico 15 Servicios Turísticos.....	163
Gráfico 16 Conocimiento sobre Cumandá o Bucay .....	164
Gráfico 17 Interés en realizar deportes de aventura.....	165
Gráfico 18 Temporada del año en viajar. ....	166
Gráfico 19 Interés en realizar deportes de aventura.....	167
Gráfico 20 Actividades de Aventura a elegir.....	168
Gráfico 21 Tiempo de duración del Tour. ....	169
Gráfico 22 Comprar un producto (tour) en una Operadora de Turismo.....	170
Gráfico 23 Forma de Pago .....	171
Gráfico 24 Rango de edad de turistas nacionales .....	173
Gráfico 25 Género de los turistas nacionales.....	174
Gráfico 26 Lugar de procedencia de los turistas nacionales .....	175
Gráfico 27 Con quien viaja el turista nacional .....	176
Gráfico 28 Nivel de ingresos mensuales por familia .....	177
Gráfico 29 Motivo de viaje de los turistas nacionales .....	178
Gráfico 30 Medio de información que usan los turistas nacionales.....	179
Gráfico 31 Tiempo de permanencia al realizar un viaje por motivo de turismo .....	180
Gráfico 32 Gasto por persona por día.....	181
Gráfico 33 Servicios Turísticos.....	182
Gráfico 34 Conocimiento sobre Cumandá o Bucay .....	183
Gráfico 35 Interés en realizar deportes de aventura.....	184
Gráfico 36 Temporada del año en viajar. ....	185
Gráfico 37 Interés en realizar deportes de aventura.....	186
Gráfico 38 Actividades de Aventura a elegir.....	187
Gráfico 39 Tiempo de duración del tour.....	188
Gráfico 40 Comprar un producto (tour) en una Operadora de Turismo.....	189
Gráfico 41 Forma de Pago .....	190
Gráfico 42 Cruce de Variables .....	210
Gráfico 43 Isotipo de la Empresa. ....	236



Gráfico 44 Diseño de la página Home del sitio web.....	247
Gráfico 45 Diseño de la página Nosotros del sitio web.....	247
Gráfico 46 Diseño de la página contacto del sitio web.....	248
Gráfico 47 1 Página de Facebook.....	249
Gráfico 48 Procesos de publicidad en Facebook .....	250
Gráfico 49 Procesos de determinación de objetivo de publicidad .....	251
Gráfico 50 Procesos de determinación de público y calendario .....	252
Gráfico 51 Procesos de determinación presupuesto. ....	252
Gráfico 52 Producto "naturaleza y aventura .....	253
Gráfico 53 Flyer producto 001 .....	254
Gráfico 54 Trípticos .....	256
Gráfico 55 .....	256
Gráfico 56 Diseño de tarjeta de presentación. ....	257

## ÍNDICE DE FOTOS

Foto 1 Río Chimbo.....	47
Foto 2 Río Blanco .....	52
Foto 3 Río Chanchan.....	56
Foto 4 Río San Pablo .....	60
Foto 5 Río La Lucía .....	64
Foto 6 Río Chiclay .....	68
Foto 7 Río El Rosario.....	72
Foto 8 Río Zurucay .....	76
Foto 9 Río Mayahuán.....	80
Foto 10 Río Azul.....	84
Foto 11 Agencia Bucay Adventures .....	128
Foto 12 Charla de Seguridad .....	130
Foto 13 Charla de Seguridad .....	131
Foto 14 Charla de Seguridad .....	132
Foto 15 Flip.....	133
Foto 16 Práctica de Comandos .....	134
Foto 17 Lanzamiento de Cuerda .....	143
Foto 18 Técnica de Pirámide .....	144
Foto 19 Polipastos .....	145
Foto 20 Cristian Echeveria.....	258

**INDICE DE MAPAS**

Mapa 1 Nivel de contaminación.....111

Mapa 2 Sección Río Blanco .....113

Mapa 3 Sección San Pablo .....115

Mapa 4 Competencia.....195

Mapa 5 Ruta del producto 001 .....216

Mapa 6 Mapa del producto 002.....220

## **I. DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE RAFTING EN EL CANTÓN CUMANDÁ, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

### **II. INTRODUCCIÓN**

El Turismo es un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local o extranjera, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos, vías y sobre todo, para el desarrollo económico de un país. El turismo en la actualidad es una de las actividades que está ampliamente extendida en todo el mundo y representa una fuente de grandes ingresos económicos tanto para países desarrollados como para aquellos que se encuentran en vías de desarrollo.

Ecuador es uno de los países más ricos del planeta, la gran concentración de biodiversidad que hay en sus regiones ha generado la existencia de miles de especies de flora y fauna únicas en todo el mundo. Este país se encuentra dividido en 4 Regiones muy diferenciadas: como son la Sierra, Costa, Amazonia y las Islas Galápagos.

Según el (MINTUR, 2014) la llegada de turistas internacionales a Ecuador es de 1557000 personas, lo que generó divisas por concepto de turismo en el año 2014 de 1.085,5 millones de dólares. Las cifras mundiales el turismo de aventura genera un rubro de 263 mil millones de dólares, y se estima que un turista promedio gasta alrededor de 3.100 dólares, sin considerar los boletos de avión y pernocta 9 días. De acuerdo al (BARÓMETRO TURÍSTICO, 2010) el turismo de aventura en Ecuador, con un 6,38% es una de las principales motivaciones del turismo receptor, luego de la motivación de diversión y recreación, turismo cultural, y turismo de naturaleza.

El Cantón Cumandá se encuentra ubicado en la Provincia de Chimborazo, en la hoya del río Chanchan, posee suelos irregulares con pendientes fuertes, fallas geológicas, gran biodiversidad de flora y fauna, recursos hídricos en cascadas, ríos y bosques. Este Cantón posee muchas potencialidades no aprovechadas, ya que existen condiciones naturales y culturales que pueden resultar muy atractivas para turistas nacionales y extranjeros.

La posibilidad de cambiar esta situación a largo plazo, pasa por dar valor agregado a sus productos tradicionales, lograr lo necesario intensificación productiva en las pequeñas propiedades, la microempresa productivas y diversificar la producción para explorar otros nichos de mercado

alternativo, con lo cual mejoraría su competitividad, a su vez que ayudaría a mejorar la calidad de vida de la población, pero tomando en cuenta que para lograr un desarrollo total el primer paso es educar a la población sobre lo que es el turismo de aventura y los beneficios que le puede brindar.

Por tal motivo, el escaso desarrollo turístico que ha tenido la Provincia de Chimborazo, se encuentra en uno de los cantones cercanos al litoral ecuatoriano, que es el cantón Cumandá, éste cantón es un destino turístico en vías de desarrollo, por lo que no existe oferta, ni productos turísticos que estén de acuerdo a las potencialidades de los atractivos.

El rafting es una de las actividades que se puede implantar y promocionar ya que cuenta con las facilidades para el desarrollo de este deporte de aventura, como la variedad de ríos y clima tropical. Esta actividad de aventura consiste en el descenso de un grupo de personas, en ríos de diferentes niveles, a bordo de un bote neumático, sin motor, descendiendo con la fuerza de los rápidos e impulsados por los remos.

El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del Cantón Cumandá está interesado en desarrollar esta actividad pero desconoce los requerimientos técnicos sobre deportes de aventura por lo que actualmente no se ha podido implementar rafting en este cantón.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

El Cantón Cumandá por su ubicación geográfica, recursos hídricos y gradientes altitudinales cuenta con varios lugares donde se puede practicar deportes de aventura tales como: ríos, montañas, acantilados, bosque nublado, cañones y otros lugares ideales para el descanso o distracción del turista. Pese a que en la actualidad del año 2016, aún no se ha aprovechado estos recursos en su totalidad, debido al desinterés o falta de apoyo por parte de la población local y de las autoridades.

Los atractivos que forman parte dentro del Cantón Cumandá por sí solos no generan mayor interés, no hay un flujo significativo de turistas en los últimos años, hacia este sector, que se encuentra ubicada a pocas horas de mercados turísticos importantes como Guayaquil y Riobamba, además por su localización la zona tiene fácil accesibilidad desde las ciudades de Cuenca, Milagro y Duran que se consideren como un mercado potencial y que podrían constituirse en nichos de mercado importantes.

De acuerdo a los objetivos del PLANDETUR 2020, fomentar el turismo y dinamizar la economía de la gente local. Es necesario e imprescindible el diseño de un producto turístico de aventura técnicamente elaborado, basándose con la potencialidad turística que posee el cantón Cumandá, provincia de Chimborazo.

Para que exista desarrollo turístico en el cantón tiene que haber diferentes productos turísticos, mediante el cual se logre integrar la planta turística, los atractivos, los servicios y la infraestructura, creando así la cadena de valor necesaria para el desarrollo de la economía local, obteniendo como consecuencia la rentabilidad, la conservación y la promoción del producto.

La Provincia de Chimborazo, el cantón Cumandá más explícitamente se podrá practicar el rafting en las aguas turbulentas del río Chimbo. Además este río como el cantón, entraría a formar parte de la Federación Internacional de Rafting (IRF), como una opción de aventura, diversión, y descanso para los turistas de la sierra y de costa que periódicamente buscan actividades diferentes fuera de sus hogares.

La implementación de rafting en el ámbito ecológico es un producto amigable con el ambiente ya que no causa un mayor impacto en la zona, permitiendo que el turista que lo practica se inserte en el corazón del bosque tropical y pueda conocer de forma divertida la biodiversidad propia del sitio, además podrá observar distintos tipos de animales y aves e incluso ejemplares arbóreos nativos sirviendo así como una herramienta de educación ambiental para el visitante.

En el ámbito social la práctica de rafting ayudara a fortalecer las relaciones personales y familiares ya que es una actividad recreacional que propone la increíble sensación de navegar a través del rio y la puede practicar cualquier miembro de la familia de forma segura y divertida.

Además, el Rafting ayudara a que la gente del sector emprenda en la creación de microempresas turísticas, artesanales, de comida, transporte, etc., generando nuevas fuentes de empleo lo cual ayudará a reactivar la economía del sitio y por ende disminuirá la tasa de migración, ayudando a problemas sociales que derivan de la falta de trabajo en el cantón.

## **B. OBJETIVOS**

### **1. Objetivo general.**

- Diseñar un producto turístico de Rafting para el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo.

### **2. Objetivos específicos.**

- Inventariar los recursos turísticos naturales de los ríos de uso potencial para la práctica de Rafting en el Cantón Cumandá.
- Diseñar una herramienta metodológica para categorizar los ríos en donde se desarrolle el deporte o la práctica del Rafting.
- Establecer el estudio técnico para implementar el Rafting en los ríos del Cantón Cumandá.
- Elaborar un estudio de mercado.
- Diseñar técnicamente el producto turístico de rafting.
- Desarrollar un estudio de Impacto Ambiental
- Determinar los canales de comercialización o promoción del producto.

## **C. HIPÓTESIS**

Diseñar productos turísticos de Rafting, es factible, porque fomenta el desarrollo turístico local, convirtiendo en un destino único para la práctica de deportes de aventura en la provincia de Chimborazo



### **III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA**

#### **A. TURISMO**

##### **1. Definición.**

Según la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), 2006. “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período continuo superior a una noche e inferior a un año, con fines de ocio, por negocios, peregrinación u otros motivos, sin desarrollar una actividad remunerada”.

Mientras que (Guzmán, 2006) Define al turismo con fines comerciales como: “Un negocio de proveer y comercializar servicios y facilidades para el placer de los viajeros”

##### **2. Turismo de aventura**

Para Geotours (2015) El Turismo de aventura es un tipo de turismo que implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. El turismo de aventura está aumentando rápidamente su popularidad ya que los turistas buscan vacaciones inusuales, diferentes de las típicas vacaciones en la playa.

Este tipo de turismo también se relaciona directamente con los deportes de riesgo o aventura, donde la gente tiene por objetivo pasar momentos de adrenalina a costos de un porcentaje de riesgos. Turismo de aventura tiene como objetivo principal el fomento de las actividades de aventura en la naturaleza, es el hecho de visitar o alojarse en zonas donde puedan desarrollar los llamados Deportes de Aventura o Turismo Activo

Es aquella modalidad de turismo de naturaleza cuya motivación principal es vivir experiencia donde el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos, permitiendo al turista realizar hazañas personales y disfrutar la emoción de dominar éstos ambientes.

Dentro de esta modalidad se encuentra el montañismo en lugares aportados por ladera que presentan dificultades, las travesías a caballo de donde se abren caminos en zonas montañosas con bosques o sin él, espeleología deportiva, buceo deportivo, rafting (descenso en botes de goma, atravesando rápidos en los ríos de montaña) etc. Incluye también el trekking que consiste en caminatas por distintos tipos de terrenos y paisajes con destinos a determinados tipos de atractivos.

El turismo de aventura requiere un cierto grado de especialización por las exigencias del turista en cuanto a su seguridad personal, calidad de equipo de los campamentos, buen estado de mantenimiento de los vehículos, calidad de comidas y bebidas, nivel de excelencia del escenario natural y de las experiencias y sorpresas que se esperan vivir dentro de la aventura.

(Ceballos, 1987)

### **3. Clasificación del Turismo de Aventura**

De acuerdo a la Norma técnica de Turismo de Aventura de Ecuador del 2014, el turismo de aventura se clasifica en:

#### **a. Andinismo**

Actividad cuyo fin es la ascensión y descenso de montañas; paredes de roca, nieve, hielo o mixtas; cascadas de hielo; glaciares; terrenos nevados; terrenos mixtos y similares de una escala de dificultad, compromiso o altitud, que requiere para ello, alguna o todas las técnicas de montañismo, escalada y el esquí. El andinismo de alta montaña implica niveles de dificultad mayores, con componentes agregados de condiciones extremas de meteorología, amplitud térmica extrema, fuerte exposición a las radiaciones ultravioletas, zonas de nieve perenne, condiciones ecológicas extremas

con dificultad para la vida, condiciones fisiológicas extremas del turista y requisitos de aclimatación para la actividad.

**b. Arbolismo**

Actividad que consiste en desplazarse entre dos puntos fijos a través de dos puntos colgantes o estructuras similares, manteniendo el equilibrio, sujeto a una línea de seguridad a través de un mosquetón. El desplazamiento puede ser vertical u horizontal.

**c. Buceo**

Actividad subacuática, realizada con equipos de suministro de aire comprimido. Como modalidades especiales se consideran el buceo libre, sin equipo, a pulmón y el snorkelling con tubo de respiración o snorkell, sin suministro artificial de aire comprimido.

**d. Cabalgatas**

Actividad de turismo de aventura que utiliza caballos y que permite acceder a zonas preferentemente agrestes por medio de senderos o rutas identificadas.

**e. Canopy**

Actividad cuyo fin es deslizarse sobre o entre las copas de árboles y estructuras con plataformas intermedias, empleando poleas (rondanas), arneses y un sistema de control (velocidad y control del cuerpo), sobre un sistema de cables, sujeto entre puntos fijos, elevado en todo el trayecto con respecto al nivel del suelo y con un desnivel suficiente para que las poleas se deslicen por gravedad.

**f. Canotaje**

Actividad cuyo fin es la navegación por cuerpos de agua natural o artificial, mediante el uso de embarcaciones tipo canoas, sin otro medio de propulsión y control de la embarcación que el generado por los mismos navegantes con el empleo de remos.

**g. Canyoning**

Actividad cuyo fin es el descenso y ascenso de cañones, cascadas y cursos de agua, de diverso nivel de dificultad y compromiso, mediante el uso de técnicas de escalada, tales como rapel, cruces con cuerda, anclajes y aseguramiento bajo caídas de agua. Cicloturismo: actividad que consiste en el recorrido de un área urbana, rural o ambiente natural en bicicleta, generalmente por caminos o senderos rústicos a campo traviesa.

**h. Cuadrón**

Actividad que utiliza motos de cuatro ruedas para transitar por caminos o senderos rústicos a campo traviesa. Hiking (senderismo): actividad cuyo fin es caminar o visitar una zona determinada, utilizando un sendero de condiciones geográficas variadas, sin pernoctar y que no requieran el uso de técnicas y equipo especializado de montañismo.

**i. Kayak de mar**

Actividad cuyo fin es la navegación en mar mediante el uso de kayak, sin otro medio de propulsión y control de la embarcación que el generado por los mismos navegantes con el empleo de remos.

**j. Kayak de río**

Actividad que abarca la navegación de ríos mediante el uso de kayak, sin otro medio de propulsión y control de la embarcación que el generado por los mismos navegantes con el empleo de remos.

**k. Parasailing**

Actividad que contempla el uso de un paracaídas que permite, mediante una cuerda especial que une al turista a una lancha de motor, vuelos al ras del agua o elevado hasta la altura que permite la extensión de la cuerda.

**l. Parapente**

Actividad en la cual se utiliza el parapente, el cual es un planeador sin estructura rígida primaria, que puede ser transportado, despegado y aterrizado a pie, empleando únicamente la propia energía del piloto.

**m. Tirolesa:**

Actividad cuyo fin es desplazarse entre dos puntos fijos sobre un barranco ligero, arroyo o similar, empleando poleas y arneses, sobre un cable o cuerda dinámica o semi estática, sujeto entre dichos puntos, para que las poleas se deslicen por gravedad o en forma manual. La diferencia entre tirolesa y canopy radica en que el canopy es un sistema de cables y la tirolesa es una sola línea.

**n. Trekking**

Actividad cuyo fin es recorrer o visitar un terreno de condiciones geográficas y meteorológicas diversas, desde cero a cuatro mil trescientos metros sobre el nivel del mar y que puede requerir el uso de equipo especializado de montaña. Incluye pernoctación en campamento o refugio.

**o. Tubing:**

Como actualmente se practica en Ecuador, es la actividad que consiste en navegar en la corriente de un río, con una embarcación compuesta de “tubos” circulares inflables. La navegación puede hacerse de forma individual (cada visitante con su tubo) o grupal (varios visitantes sobre tubos unidos unos a otros con algún mecanismo de sujeción), dirigida por guías en embarcaciones paralelas o sobre la misma embarcación grupal.

#### **4. Rafting deporte de aventura**

##### **a. Definición**

Actividad que consiste en navegar ríos de aguas blancas, con una embarcación apropiada para tal fin (balsa inflable o "raft"), sin otro medio de propulsión y control de la embarcación que el generado por los mismos navegantes con el empleo de remos.

(Norma técnica de rafting, 2014).

##### **b. Federación Internacional de Rafting (IRF)**

Para la **(IRF)** se trata de unir el mundo del rafting juntos para que todos podamos beneficiarnos de nuestra interacción. Esta interacción puede implicar cualquier cosa, desde que compite en el nivel del Campeonato del Mundo de ser parte de un evento de base local en su ciudad natal o podría ser que la experiencia única en la vida de ir en un viaje comercial balsa localmente o en todo el mundo, ya sea por 1 hora o 16 días.

El IRF está en la vanguardia de la seguridad balsa en todo el mundo. A través de nuestros diversos cursos y certificaciones, podemos asegurar un estándar global de guías, mientras que evolucionan continuamente técnicas de balsa para mantener a todos seguros.

El IRF es también sobre el medio ambiente y la conservación de los ríos nos balsa. Se trata de educar a los demás-en el parque de aguas bravas locales, tengan o desde justo por encima de la lava Falls profunda en el Gran Cañón.

El IRF se trata de unir las vigas juntas, desde los guías más experimentados de los nuevos entusiastas en su primer viaje.

## 1) Objetivos

Los objetivos de la IRF son:

- Facilitar las necesidades y las demandas crecientes de la fraternidad en balsa a través de un cuerpo unificado que se ocupa exclusivamente de cuestiones de rafting y los factores que influyen en el desarrollo de la balsa.
- Promover el rafting en todos los países del mundo y en todos los niveles para fomentar la creación de federaciones nacionales de rafting en los países donde no existe tal organización.
- Promover la deportividad y el juego limpio, así como para fomentar la amistad entre todos los miembros del mundo de rafting.
- Proporcionar un recurso de asesoramiento a las autoridades correspondientes.
- Para representar la actividad de rafting y defender sus intereses ante todas las autoridades nacionales e internacionales.
- Para trabajar en el rafting convertirse en un deporte olímpico.
- Para organizar Mundial de Rafting campeonatos de los que es el único titular y propietario.
- Elaborar y mantener normas para el deporte del rafting y para salvaguardar la industria del rafting.
- Fomentar el desarrollo del rafting recreacional como una contribución a un estilo de vida saludable para todas las edades.
- Adoptar medidas para evitar poner en peligro la salud de los remeros y el medio ambiente.

- Promover la conservación de los alrededores de los ríos y en el lobby para su protección. Promover río conciencia ambiental a los usuarios públicos y fluviales generales.
- Promover y fomentar la exploración de los sistemas fluviales del mundo.
- Fomentar y promover el turismo a través del deporte del rafting.
- Proporcionar directrices para las prácticas de rafting seguras / Para ayudar a las federaciones de rafting para promover el rafting como deporte de aventura segura, accesible en sus países.

## **B. PRODUCTO**

### **1. Definición**

Es el componente que agrupa los recursos territoriales (atractivos y atractivos potenciales) del destino y que, de acuerdo a la combinación de éstos y añadiendo una serie de componentes tangibles e intangibles busca la satisfacción del público objetivo para el cual fueron diseñados. En relación a esto último se hace mucho hincapié en la calidad de la experiencia que obtiene el turista y esta calidad depende de la autenticidad de los componentes del producto. De ello se deduce que las acciones más importantes de puesta en valor de los recursos sean: la recuperación hacia un estado original, la mejora de sus atributos y la dotación de elementos intangibles dentro del diseño del producto. (Valls, 1996)

### **2. Diseño de un producto turístico**

El producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno sólo. "...se hace notable que no hay lugar del planeta que no sea un destino turístico actual o potencial: ríos, bosques, costas, montañas,



lagos, tundras, desiertos y demás son lugares que los hombres han buscado para vivir y desarrollar actividades lúdicas." (Gurría, 1991)

Se entiende que el producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones pero debe contar con ciertas características más o menos comunes que permitan satisfacer las necesidades de los turistas tanto en su trayecto como en su destino. Tampoco es posible pensar que todos los destinos tengan absolutamente todos los elementos que más adelante se analizan. (Gurría, 1996)

### **C. ATRATIVOS TURISICOS**

Para el Ministerio de turismo del Ecuador, son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

#### **1. Metodología para el inventario de atractivos turísticos**

##### **a. Facilidades turísticas**

Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica de turismo.

#### **2. Inventario de atractivos turísticos**

Para el Ministerio de turismo del Ecuador, manifiesta que “el inventario de atractivos turísticos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que conforman la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo

del turismo su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. Para ello se requiere tener muy claros los conceptos de atractivo y facilidad turística.

Existen cuatro etapas para la elaboración de atractivos:

**a. Clasificación de los atractivos**

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar.

**b. Recopilación de información**

En esta fase se selecciona tentativamente los atractivos para lo cual se investigan sus características relevantes. Esta fase de investigación es documental, cuya información debe obtenerse en las oficinas relacionadas con su manejo.

**c. Trabajo de campo**

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como de informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo, del que se harán al menos 5 fotografías.

#### **d. Evaluación y jerarquización**

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción:

##### **1) Jerarquía IV**

Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.

##### **2) Jerarquía III**

Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.

##### **3) Jerarquía II**

Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

##### **4) Jerarquía I**

Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros

de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.

#### **D. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado ( Serra, 2011)

Los estudios de mercado describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor (Malhotran, 1997)

“El desarrollo de un Estudio de Mercado tiene su origen en una necesidad e información que de manera específica surge en el seno de la organización. Su finalidad, es consecuencia de la 21 necesidad de recabar información para la toma de una decisión con el fin de minimizar el riesgo que ésta comporta. Sin embargo, al tratarse de una información específica, su obtención resulta especialmente compleja, determinando la necesidad de estructurar el proceso de obtención para dotarle de garantías en cuanto a su fiabilidad y utilidad.” (Bignee. 2000)

“La expresión Estudio de Mercado” designa el conjunto de operaciones que realiza la empresa desde que dispone de las mercancías para la venta, o aún antes, hasta que aquellas se ponen al alcance de los consumidores. Consiste en un análisis profundo, sistemático y ordenado de los hechos que afectan al mercado, que tiene una serie de incidencia en todas las empresas y particularmente en las dedicadas a la venta de determinados productos”

“Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que 15 permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado” (Montoussé y Fernández, 1996)

## 1. Mercadeo

“Proceso de crear, distribuir, promover y fijar precios de bienes, servicios e ideas para facilitar la satisfacción de relaciones de intercambio en un entorno dinámico Intercambio Suministro o transferencia de bienes, servicios o ideas a cambio de algo de valor”.

La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante lo cual los grupos de individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación, ofrecimiento e intercambio de productos de valores con otros. Esta definición de mercadotecnia se basa en los conceptos esenciales siguientes: necesidades, deseos y demandas, productos, valor, costo y satisfacción, intercambio, transacciones y relaciones, mercados, y mercadotecnia y expertos en mercadotecnia. “El marketing o mercadotecnia se concentra sobre todo en analizar los gustos de los consumidores, pretende establecer sus necesidades y sus deseos e influir su comportamiento para que deseen adquirir los bienes ya existentes, de forma que se desarrollan 22 distintas técnicas encaminadas a persuadir a los consumidores para que adquieran un determinado producto” (William,.1993).

El marketing, también llamado mercadeo, es el arte (y el conocimiento) de aprovechar bien las oportunidades de incrementar las ventas de la empresa. Es una actitud empresarial que enseña a identificar, descubrir, conocer y dominar los productos y los servicios que satisfacen las necesidades de los clientes. (Beaumont, 2006).

### a. **Mercado Turístico**

“Del consenso de la mayoría de los escritores sobre la mercadotecnia aplicada al turismo, el marketing puede definirse como una actividad humana que adapta de forma sistemática y coordinada las política de las empresas turísticas privadas o estatales en el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades y los deseos de determinados grupos de consumidores y lograr el adecuado beneficio a través de la facilitación de la comercialización de bienes y servicios turísticos.” (Beaumont, 2006)

**b. Mercado**

“Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.

Los mercados tienen reglas e incluso es posible para una empresa adelantarse a algunos eventos y ser protagonista de ellos. Los empresarios no podemos estar al margen de lo que sucede en el mercado.” (Zarate, 2007)

**1) Tipos de Mercado****a) Mercado Organizacional.**

Formado por instituciones y empresas que compran bienes y servicios para producir, distribuir o redistribuir.

**b) Mercado de Consumidores**

Formado por personas y/o familias que compran bienes y servicios para satisfacer necesidades personales o familiares.

**c) Segmentación de Mercado**

"Segmentar" un mercado significa dividirlo en partes o segmentos. Cada segmento debe estar conformado por grupos homogéneos consumidores, es decir, que tengan los mismos gustos y preferencias. Es posible entonces, dividir el mercado de consumidores en función de algunas características que los hagan particulares para así poder concentrar la estrategia de ventas en un solo tipo de cliente. (Zarate, 2007).

La segmentación de mercados es un proceso de división del mercado en subgrupos de compradores homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades, intereses y preferencias y se permita al mismo tiempo alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. (Ricaurte, 2007).

### **c. Requisitos de la segmentación**

Los segmentos deben ser:

- 1) Identificables y su potencial de compra medible
- 2) Accesibles: ser efectivamente alcanzados y servidos
- 3) Sustanciales: ser o suficientemente grandes para ser rentables:
- 4) Diferentes en sus comportamientos de compra o uso de producto
- 5) Posibles de servir
- 6) Defendibles

### **d. Criterios de la segmentación**

Generales: sirven para dividir cualquier población o grupo de personas con independencia de sus pautas de compra consumo y del producto o servicio considerado.

- 1) Específicos: se refieren a comportamientos de compra o de uso o consumo del producto.
- 2) Objetivos: son fáciles de medir
- 3) Subjetivos: son difíciles de medir.

**e. Estrategias de segmentación****1) Estrategia diferenciada**

Estrategia de producto, precio, distribución y promoción, para todos los segmentos de manera que considera satisfacer necesidades distintas de cada uno de los segmentos con una única oferta comercial. Para ello se basa en las características comunes de los segmentos.

**2) Estrategia Concentrada**

Es la estrategia del especialista, que busca una cuota de mercado elevada en un nicho bien diferenciado. Los esfuerzos se dirigen a uno a pocos segmentos en los que se posea una ventaja comparativa.

**f. Estructura del Mercado**

Modernamente se entiende como mercado el espacio físico o imaginario en el que confluyen compradores (demandantes) y vendedores (ofertantes) para hacer efectivo e intercambio.

A la oferta y a demanda se las conoce como las fuerzas del mercado, aquellas que le dan dinamismo y que hacen posible la realización de las transacciones comerciales. (Ricaurte, 2007)



## **2. Análisis de la demanda**

### **a. Definición de la demanda**

La demanda en economía se define como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio y cantidad dado en un momento determinado. La demanda está determinada por factores como el precio del bien o servicio, la renta personal y las preferencias individuales del consumidor. (Beaumont, 2006)

El análisis de la demanda es aplicado al turismo para conocer preferencias de los turistas acerca del bien o servicio que desea consumir, así como saber qué medidas se pueden tomar a fin de mejorar la satisfacción del cliente.

El análisis de demanda consiste en conocer el número de personas que han de consumir un bien o servicio. Se entiende la medición o análisis de audiencias como un estudio cuantitativo, pero que también aporta cierta información cualitativa.

Los análisis de la demanda se realizan principalmente para dos sectores: los medios de comunicación y las empresas de publicidad. Estas últimas los utilizan para decidir en qué soporte (escrito, visual o sonoro) van a publicitarse y elegir el medio y, en su caso, la franja horaria para hacerlo. Los medios de comunicación conocen, a través de la medición de audiencia, el éxito o el fracaso de sus programas, pero no solo eso, pueden descubrir si un cierto tipo de formato podrá tener éxito en el futuro basándose en sus experiencias pasadas, pueden planificar su parrilla del mejor modo posible gracias a la información obtenida e incluso pueden fijar los precios de publicidad según el programa que estén emitiendo. Hay dos métodos generalizados para la realización de estos estudios. El primero consiste en la agrupación de varios medios de comunicación con el objetivo de llevar a cabo por ellos mismos el análisis. El segundo método consiste en el abono individual de las cadenas a empresas especializadas en realizar sondeos.

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Riet, 2013).

El análisis de la demanda tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda.

La demanda funciona a través de distintos factores y se ven reflejados en varios tipos de demanda como:

- 1) la necesidad real del bien
- 2) su precio
- 3) nivel de ingreso de la población

**b. Tipos de demanda:**

- 1) **Demanda satisfecha:** lo producido es exactamente lo que el mercado requiere.
- 2) **Demanda insatisfecha:** lo producido no alcanza a satisfacer al mercado en relación con su necesidad.
- 3) **Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios:** alimentación, vestido, vivienda.
- 4) **Demanda de bienes no necesarios o de gusto que es llamado el consumo suntuario:** En relación con su temporalidad.
- 5) **Demanda continua es la que permanece durante largos periodos:** demanda de alimentos.
- 6) **Demanda cíclica o estacional es la que de alguna forma se relaciona con los periodos del año:** circunstancias climatológicas o comerciales De acuerdo con su destino.

**7) Demanda de bienes finales:** bienes adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.

**8) Demanda de bienes intermedios o industriales:** son los que requiere un procesamiento para ser bienes de consumo final (Maldonado, 2010)

### **c. Determinación del universo y la muestra**

#### **1) Universo o población.**

El universo consiste en definir la población a la que se dirigirá el estudio dependiendo del enfoque comercial del producto.

Cuando se trabaja con universos muy numerosos resulta imposible entrevistar a todos para resolver el problema se emplea la teoría de sondeo, esta teoría nos permite conocer aspectos del universo a través de una pequeña muestra del mismo. (Ricaurte, 2007)

#### **2) Muestra**

La muestra es la parte del universo. Por ser considerado como muestra, el grupo escogido debe ser representativo, es decir sus características han de ser similares a las de la población de la cual se extrae, de tal manera que los resultados de la investigación serán válidos para toda la población o universo (Spiegel, 1975).

Para el cálculo de la muestra se sugiere emplear una fórmula estadística a través del cual se puede obtener la dimensión de la muestra en función de la precisión deseada. Es indispensable establecer criterios de elección de muestras que permiten definir el alto grado representatividad de tal modo que se pueda inferir el resultado del estudio de la población considerando las características encontradas en la muestra. Para calcular el tamaño de la muestra se utiliza la fórmula de Canavos. (Ricaurte, 2007).

#### **d. Preparación de la encuesta y análisis de resultados**

Una de las herramientas más utilizadas para realizar la investigación de mercado es la encuesta, en ella se trasladan las preguntas que se requieren averiguar del mercado/cliente; las preguntas deben ser claras, concretas y breves. En este proceso se deben considerar las siguientes recomendaciones:

- 1) Diseñar el cuestionario de acuerdo con la naturaleza de la información requerida, debidamente detallada.
- 2) Definición del prototipo de encuesta.<sup>28</sup>
- 3) Selección de las personas idóneas para proporcionar la información.
- 4) Prueba piloto.
- 5) Procesamiento e interpretación de resultados.

Cuantificación de la información a través del proceso de revisión, clasificación y tabulación de datos obtenidos. (Tierra, 2010)

### **3. Análisis de la oferta.**

a. Oferta: es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue en el análisis de la oferta es determinar las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio” (BACA, G. 2000).

La oferta complementaria la constituyen los bienes y servicios que pueden servir de apoyo y atracción a nuestro proyecto. Es importante conocer las capacidades, precios y relaciones de cercanía al proyecto” (Meneses, 1998).

## **a. Tipos De Oferta**

### **1) Oferta competitiva:**

Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son de gran cantidad de productores o prestadores del mismo artículo o servicio, que la participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. Ningún prestador del servicio domina el mercado.

### **2) Oferta oligopólica:**

Se caracteriza porque el mercado se halla controlado por solo unos cuantos productores o prestadores del servicio. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen 29 acaparada una gran cantidad de insumos para su actividad. Intentar la penetración en este tipo de mercados es no solo riesgoso, si no en ocasiones muy complicado.

### **3) Oferta monopolica:**

Se encuentra denominada por un solo producto o prestador del bien o servicio, que impone la calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor o prestador único.

Si el productor o prestador del servicio domina o posee más de 90% del mercado siempre determina el precio.

### **4) Competencia monopolica:**

En el otro extremo del espectro de la colusión oligopólica se encuentra la competencia monopolica, que se parece a la competencia perfecta en tres aspectos: hay muchos compradores y vendedores, es fácil entrar y salir y las empresas consideran dados los precios de las demás. La diferencia se halla en que la competencia perfecta, los productos son idénticos, mientras que en la competencia monopolica están diferenciadas.

### **5) Análisis de la oferta:**

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá

Proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes (Contreras, 2005).

(Yucta, 2002) Señala que: en el análisis de la oferta se debe considerar lo siguiente:

Análisis de la oferta complementaria.

- Análisis de la competencia: dentro de lo que se considera lo siguiente:
- Características físicas
- Precios
- Formas de comercialización
- Datos generales de operación.

### **6) Inventario de la oferta sustitutiva y complementaria**

Se conocen como sustitutos a los bienes que pueden ser consumidos a cambio del que se piensa producir; en cambio, los complementarios sirven de apoyo y atracción al mismo. Para conocerla debe levantarse un estudio de los establecimientos disponibles en la región.

### **7) Análisis de la Competencia**

(Meneses, 1998) señala: “El análisis de la competencia es fundamental por varias razones, entre otras, la estrategia comercial que se defina para el proyecto no puede ser indiferente a ella. Es preciso conocer la estrategia que sigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus

desventajas. Al mismo tiempo, se constituye en buena parte fuente de información para calcular las posibilidades de captarle mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados.

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto, para realizar un estudio de la competencia, es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas (Contreras, 2005).

**a) Balance oferta- demanda Se determina las oportunidades cuantitativas del mercado.**

En esta parte se confronta los datos estadísticos de la demanda frente a la oferta (Capacidad ocupacional mensual, anual) y se determina la demanda insatisfecha, que ayuda a realizar una aproximación de la demanda que será cubierta con el proyecto.

**b) Proyección de la oferta:** Es necesario medir las oportunidades futuras del mercado, por tanto es necesario proyectar el crecimiento de la oferta, centrándonos exclusivamente en la oferta inmediatamente sustitutiva, es decir que según el tipo de proyecto, ejercerá una efectiva competencia. (Ricaurte, 2007)

Decidida la base que representa nuestra efectiva competencia habrá que investigar datos referentes a:

- i. Oferta en construcción:
- ii. Oferta en trámite crediticio, fiscal y legal<sup>31</sup>
- iii. Oferta en estudio de pre inversión.

## **E. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**

### **1. Organización del proyecto (definición de áreas)**

Según Muñoz (s. f.), el proceso de organización del proyecto consiste en definir las siguientes áreas:

#### **a. Área administrativa**

Establezca el área administrativa del centro.

#### **b. Área productiva**

Establezca el área productiva (de acuerdo a las necesidades del centro de interpretación cultural, haga un resumen en base al estudio técnico o traslade la información del mismo).

#### **c. Área comercial**

Establezca el área comercial (de acuerdo a las necesidades del centro).

#### **d. Área financiera**

Establezca el área financiera (de acuerdo a las necesidades del centro).

#### **e. Organigrama del centro de interpretación cultural**

Elabore el organigrama tentativo del centro (luego deberá ser ajustado dependiendo del tipo de centro de interpretación cultural a elegirse).



#### **f. Proceso de selección y contratación del talento humano.**

Determine los medios de comunicación y los costos respectivos para el reclutamiento de su personal.

Determine los valores que debe primar en sus futuros colaboradores.

Determine el proceso de selección y contratación para sus futuros colaboradores.

Defina el proceso de inducción que seguirá y las personas responsables.

Defina los materiales que emplearán para el proceso selección, contratación e inducción.

## **2. Marco legal**

“El ámbito legal de un proyecto que implica una investigación adecuada, sobre todo el cuerpo de leyes, reglamentos, disposiciones y demás normas emitidas por autoridades competentes, cuya letra y espíritu se relaciona con la ejecución y operación de la empresa en estudio.” (Hernández, 1990)

“Al hablar del entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o de un producto en el mercado. Así, por ejemplo los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, de derechos de autor, las patentes, el derecho mercantil, la ley general de protección al consumidor, la ley general de sociedades cooperativas, entre otras. Todas estas son elementales para estar dentro de la ley, evitar demandas y de alguna manera la piratería. Además, muchas veces es importante todo esto, por ejemplo a los fabricantes de bebidas alcohólicas o de cigarros, la ley les exige poner leyendas en su publicidad para cuidar la salud como "todo con medida", "el abuso en el consumo de este producto, puede causar cáncer". Incluso hay una normatividad para el diseño de una etiqueta: el código de barras debe tener un tamaño determinado, el contenido neto es con "g" minúscula y sin punto, los ingredientes, datos de fabricante, entre otros aspectos.” (Contreras, 2005).

#### **IV. MATERIALES Y MÉTODOS**

##### **A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

###### **1. Localización del lugar**

La investigación tendrá lugar en el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo

De acuerdo al plan de ordenamiento territorial del GAD municipal de Cumandá del año 2014, se encuentra limitado:

**Tabla 1 Límites**

<b>LIMITES</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Cantón</b>	<b>Provincia</b>
<b>NORTE</b> <b>SUR</b> <b>ESTE</b> <b>OESTE</b>	Multitud	Alausí	Chimborazo
	Sibambe		
	Ventura	Cañar	Cañar
	Huigra	Alausí	Chimborazo
	Chillanes	Chillanes	Bolivar
		Bucay	Guayas

###### **2. Ubicación geográfica**

Coordenadas proyectadas

UTM Zona 17S, Datum

WGS84

X=707394

Y=9756531

### **3. Características climáticas**

**Clima:** 20° C-32° C

**La temperatura promedio anual:** 25° C

**Precipitación media anual:** 1000mm a 2000m

### **3. Clasificación ecológica**

De acuerdo a la clasificación de Holdridge se ubican las siguientes zonas de vida:

Bosque Húmedo Montano Bajo (bh MB)

Bosque Húmedo Pre Montano (bh PM)

Bosque seco Tropical (b ST)

### **4. Características del suelo**

Las características topográficas son de gran irregularidad y de pendientes fuertes, lo que genera un ecosistema frágil por cuanto los suelos se encuentran amenazados por la erosión estos son suelos medianamente profundos, amarillentos y rojizos de textura franco arcillosa con un ph que va 6 a 7.

### **5. Hidrografía**

Es un Cantón que cuenta con un importante sistema fluvial, entre los principales ríos se encuentran: el río Chimbo, Chanchan, San Pablo, Chayacu, Blanco, existen ríos de menor magnitud como son: el Rosario, Zurucay, Mayahuán, Azul, Chilicay, entre otros, es una zona privilegiada, pues cuenta con riesgo natural, lo que les permite mejorar sus niveles de producción agrícola.

## **6. Materiales y equipos**

Material de oficina, Fichas de campo, Libreta de campo, Esferográficos, Portaminas, Baterías, pilas, cámara Fotográfica, Computadora, Impresora, GPS, otros.

## **B. METODOLOGÍA**

El presente proyecto se desarrollará utilizando los métodos de: investigación participativa, aplicada en forma práctica y no experimental, que se lleva a cabo usando técnicas de investigación bibliográfica y de campo, a un nivel exploratorio, descriptivo, analítico y prospectivo, cuyos objetivos se cumplirán de la siguiente manera:

### **1. Inventariar los recursos turísticos naturales de los ríos de uso potencial para la práctica de Rafting en el Cantón Cumandá.**

Para el cumplimiento de este objetivo se procederá a revisar fuentes bibliográficas de los inventarios de Recursos Naturales de la Unidad de Turismo del Cantón Cumandá, cuya información será validada para la implantación de este deporte.

Se utilizara también la metodología del MINTUR 2004, la cual propone los siguientes parámetros como: calidad, apoyo y significado que nos servirá para la implementación del rafting como deporte de aventura mediante fichas de levantamiento de información, por medio de salidas de campo semanales que determinaron que ríos son más aptas para la práctica de rafting, tomando en cuenta la graduación de ríos por la escala de aguas blancas.

**2. Diseñar una herramienta metodológica para categorizar los ríos en donde se desarrolle el deporte o la práctica del rafting.**

Para lograr este objetivo, se elaborara una metodología que incluye normas técnicas, estudios hídricos, cálculo de caudal de un río, contaminación, apoyada con la metodología de la escala internacional de aguas blancas (Whitewater), la misma que servirán para seleccionar los ríos más idóneos o las secciones por donde se puede descender en el bote de rafting y que sean comerciales.

**3. Establecer el estudio técnico para implementar el Rafting en los ríos del Cantón Cumandá.**

Para lograr este objetivo se realizara un diagnóstico de cómo esta los deportes de aventura en la zona. También se realizara un presupuesto de los materiales y equipos requeridos para la puesta en marcha del deporte de aventura rafting en los ríos del cantón Cumandá, además se realizara salidas de campo para el desarrollo de este estudio con lo se determinara las factibilidades que tienen los ríos para el impulso del rafting y poder conocer los lineamientos para la práctica de este deporte.

**4. Desarrollar un estudio de Impacto ambiental.**

Para evaluar la viabilidad ambiental se empleará la matriz de Lázaro Lagos, que interacciona, causa y efectos evaluando los impactos biológicos, socioculturales, y económicos que afectan al medio. Para lo cual se procedió a identificar las actividades del proyecto que ocasionan un impacto, los factores ambientales del entorno susceptibles de recibir impactos.

Posterior a esto se identificaran las estrategias para la mitigación de los impactos ambientales negativos de mayor incidencia.

## 5. Elaborar un estudio de mercado.

### a. Análisis de la demanda

#### 1) Determinación del universo y muestra del estudio.

Para determinar nuestro universo de estudio se realizaran las siguientes fases:

- Se definirán los segmentos del mercado a captar, en este caso el número de población de la Provincia de Chimborazo y Guayas, segmentadas en la población urbana, económicamente activa, de clase media y alta.
- Se definirá el universo de estudio, además se diseñara la muestra, y se procederá a la recopilación, procesamiento y análisis de los datos para presentar los resultados de la investigación.
- Se utilizará la fórmula de Cannavos George C. para calcular la muestra:

N = Universo de estudio.

P = 0,5 probabilidad de ocurrencia de un evento.

Q = 0,5 probabilidad de no ocurrencia de un evento.

e = % Margen de error. (5%)

k = Margen de confiabilidad.

n = Muestra.

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N-1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

## **2) Aplicación de encuestas**

El instrumento empleado para el análisis de la demanda será el cuestionario y como técnica la encuesta que será elaborada con preguntas abiertas en el idioma español.

## **3) Análisis y sistematización de la información**

Los métodos que se emplearan serán el análisis y sistematización de la información que se obtendrá en la aplicación de las encuestas que son el cualitativo y cuantitativo los mismos que se desarrollarán mediante la tabulación de datos, elaboración de cuadros y gráficos y con estos datos se determinaran el perfil del turista.

## **4) Análisis de la oferta Sustitutiva (Competencia)**

### **a) Análisis de la competencia**

Se realizara un análisis y estudio para conocer con un inventario la Oferta Sustitutiva, a través de la ficha de levantamiento de información aplicada a los administradores y propietarios de los establecimientos turísticos que forman parte de la competencia.

### **b) Proyección de la oferta**

Para este paso se utilizó el método del incremento Compuesto:  $C_n = C_o (1+i)^n$ , que permite medir el crecimiento promedio de la oferta a lo largo de un período de tiempo específico ya que modera el efecto de volatilidad de retornos periódicos que pueden hacer irrelevantes las medias aritméticas dónde:

$C_n$  = Población futura, resultado de la proyección.

$C_o$  = Población al inicio del período.

$i$  = Tasa media anual de crecimiento.

n = Número de años que se va proyectar la población

- Una vez realizada las proyecciones se procederá al cálculo de la demanda potencial, demanda insatisfecha, y demanda objetivo de mercado para los próximos 5 años.

## **6. Diseñar técnicamente el producto turístico de Rafting.**

Para el cumplimiento del cuarto objetivo, se tomará en cuenta los gustos y preferencias de los turistas potenciales (demanda), las condiciones ambientales y el estudio técnico del río, así como también la confluencia con la oferta que presenta la zona de estudio, con lo cual se procederá a elaborar los paquetes turísticos tomando en cuenta los siguientes lineamientos:

- a. Denominación
- b. Código
- c. Carácter
- d. Estilo
- e. Dificultad
- f. Idioma de guianza
- g. Duración
- h. Recorrido
- i. Centro de operación
- j. Itinerario
- k. Descripción del paquete



## **7. Determinar los canales de comercialización o promoción del producto.**

Se tomará en cuenta las “cuatro P” del mix del marketing estableciéndose el análisis de los componentes:

- a. Producto:** Se establecerá productos turísticas en el cantones Bucay, que llamen la atención a la demanda potencial, para el diseño se tomará en cuenta parámetros como la oferta presente y disponible en el cantones Bucay y las características psicograficas y sociodemográficas de la demanda potencial.
- b. Precio:** Para determinar este parámetro se tomara en cuenta los aspectos como la capacidad de gasto de la demanda potencial, así como también el margen de utilidad que se pretende captar en el producto elaborado.
- c. Plaza:** Las ciudades de Guayaquil, Cuenca y Riobamba, serán consideradas como el mercado potencial de los productos a diseñar, además se realizarán alianzas estratégicas con Agencias de viajes y Tour operadoras de dichas ciudades para la comercialización de los productos diseñados.
- d. Promoción:** Para la promoción turística de las rutas diseñadas, se tomará en cuenta el estudio de la demanda potencial, en el indicador de medios por los cuales se informa la demanda.

## **V. RESULTADOS**

### **A. Inventariar los recursos turísticos naturales de los ríos de uso potencial para la práctica de Rafting en el Cantón Cumandá.**

#### **1. Diagnóstico Turístico del Cantón Cumandá**

De acuerdo al plan de ordenamiento territorial del GAD municipal de Cumandá del año 2014

##### **a. Ubicación Geográfica**

El Cantón Cumandá se encuentra ubicado al sur occidente de la Provincia de Chimborazo, en las estribaciones de la cordillera Occidental. Geográficamente se encuentra a los 79° 0° hasta 79° 15 de longitud oeste 2° 6 hasta 2° 16 de latitud sur. Con relación a la capital de la provincia, Riobamba está a 126 km y a 96 km de la ciudad de Guayaquil; su altitud varía entre los 80 m.s.n.m a los 2000 m.s.n.m; la temperatura oscila entre los 15 a 32 grados centígrados, con una precipitación anual de 1000 mm hasta 200mm

##### **b. Extensión**

El cantón Cumandá tiene una superficie de 120 kilómetros cuadrados, distribuidos en la zona tropical, zona subtropical y en la zona templada fría.

##### **c. Límites**

Al Norte con: La parroquia Multitud y parroquia Sibambe, perteneciente al Cantón Alausí provincia de Chimborazo

Al Sur con: La parroquia Ventura perteneciente al Cantón Cañar, provincia de Cañar.

Al Este con: La parroquia Huigra perteneciente al Cantón Alausí, provincia de Chimborazo

Al Oeste con: El Cantón Chillanes, Provincia de Bolívar, Cantón General Antonio Elizalde, Cantón Marcelino Maridueña y el Cantón El Triunfo, estas tres últimas pertenecen a la Provincia del Guayas.

#### **d. División político administrativa**

En el cantón Cumandá no se han conformado parroquias y la unidad organizada a nivel territorial, aún sigue estructurada por recintos.

Para la administración el área urbana de la ciudad, se ha dividido en los siguientes barrios:

Veintiocho de Enero, La Marina, Diez de agosto, Central, Los Andes, El Paraíso, La Dolorosa y los Artesanos.

En el sector rural existen recintos como: San Juan de la Isla, Los Guayacanes, Ochenta y Siete, Los Laureles, Buenos Aires, La Victoria, Nuevo Paraíso, San Jacinto, Argentina, Santa Rosa, La Italia, Guagal, Rosa Mercedes, América, Luz María, Copalillo, Guallanag, Jesús de Gran Poder, La Resistencia, Producción Agrícola, La nueva Unión, Guayabo, Cascajal, San Pablo, San Vicente, Miraflores, Suncamal, Naranjapata, Chilicay, La Florida, Guagal Bajo y Sacramento.

#### **e. Temperatura**

Cumandá por su situación geográfica tiene una temperatura media anual entre los 15° y 32° centígrados, por lo que su clima es cálido húmedo. Las estaciones están bien definidas; el invierno de enero a junio y el verano de junio a diciembre.

#### **f. Clasificación Bio-climática**

El cantón Cumandá presenta diferencia altitudinales y topográficas, lo que favorece con una variedad de microclimas que varían desde el Cálido Tropical al Templado Subtropical.

#### **g. Hidrografía.**

Los ríos más importantes son: Chimbo que se origina desde el norte de la ciudad de Guaranda por la confluencia de los ríos Guaranda y Salinas provenientes del Nevado Chimborazo., con afluentes como el río Blanco, El Rosario, Zurucay y Mayaguán.

El Chanchan, que nace en los páramos del cantón Alausí y Chunchi, con afluentes como el río Azul, Chilicay y Gualguayacu y el Río Verde.

La importancia hidrográfica del cantón es innegable. Este sirve de base para gran parte de las actividades económicas de la población, a más de servir como aporte al agua potable utilizada en la zona de Antonio Elizalde (Bucay), Milagro y Guayaquil.

#### **h. Infraestructura Básica**

##### **1) Agua**

###### **a) Agua para el consumo humano**

La captación del agua se la realiza en una vertiente ubicada en el río Chilicay, la longitud de conducción es de 8 km; ésta llega a la planta de tratamiento, la misma que dispone de filtros.

###### **b) Agua de regadío**

Cumandá tiene un importante sistema hidrológico para la irrigación de sus fértiles campos; para la zona central y baja, los ríos Chimbo y Chanchán; y para la alta, los ríos y quebradas: Sacramento, San Nicolás, San Pablo, Soberana, Pallos, Chaguayaco, Luz María, Jalicay, Cruz Pata, Umbría y Gualgayacu

###### **c) Energía Eléctrica**

La Empresa Eléctrica Riobamba S.A cubre el 100% de energía en la población urbana, mientras tanto en el sector urbano se divide este servicio con la Empresa Eléctrica Milagro C.A, la energía recibe mediante el sistema interconectado y se mantienen en buenas condiciones por el momento.

Alrededor de 2.213 viviendas cuenta con el abastecimiento del fluido eléctrico con eventuales cortes del servicio. Esto significa que 87.7% de la población se beneficia de este servicio.

###### **d) Teléfono**

###### **Fija**

El 21% de la población tiene acceso al servicio de telefonía fija de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones; esto nos indica que el servicio está presente en el centro poblado del cantón, mientras que el servicio de telefonía Móvil mediante las operadoras movistar y claro son utilizados en los recintos aledaños.

#### **e) Alcantarillado**

El cantón Cumandá, cuenta con una red de alcantarillado que se sirve al 90% de la población del área urbana, mientras que en la zona rural no cuenta con este servicio. El mantenimiento del alcantarillado se lo realiza en la forma trimestral. La descarga se la realiza al río Chimbo, sin ningún tratamiento. El GAD municipal de Cumandá tienen los estudios para la construcción de una planta de tratamientos de Aguas Residuales, pero sin ejecución por falta de presupuesto.

La mayor parte de los pobladores de la zona rurales utilizan pozos sépticos para la eliminación de las aguas servidas, mientras que las aguas grises son enviadas a los terrenos que se encuentran cerca de las viviendas.

#### **f) Vías de transporte**

El acceso principal al cantón se lo efectúa a través de la carretera Panamericana, eje vial de gran importancia nacional. El sistema de comunicación intercantonal cuenta con varios caminos que lleguen a todos los rincones, conectado la cabecera principal hasta el oeste en el sector de la Isla, hacia Suncamal y Chilicay y desde San Pablo hasta Guagal, cerca de los límites del cantón.

Desde la Panamericana existen caminos de primer y segundo orden que conecta a los recintos localizados al interior del cantón.

#### **g) Centros de Salud**

Cumandá no cuenta con una planta médica adecuada, pues mantienen un subcentro ambulatorio. Por este motivo los pobladores se ven obligados a trasladarse a otras ciudades para acceder a la atención médica especializada.

#### **i. Actividad Económica**

La actividad económica de Cumandá está basada en la agricultura. Una gran parte de sus habitantes se dedican actividades agrícolas, otros a la ganadería, avicultura, silvicultura, el comercio, la mano de obra y otras actividades menores.

Cumandá produce banano de diversas variedades, desecándose el orito, morado, filipino, cavendish, plátano dominico, plátano artón y limeño. Estos productos se explotan a mercados europeos y

norteamericanos en tan cantidad, contando varios productores con certificaciones de calidad, lo que ha permitido abrir varias fronteras para su explotación.

Otro producto de gran importancia en la región es la caña de azúcar. Esta es utilizada para generar varios productos como el alcohol, azúcar, miel, panela y forraje.

Varios de estos procesos pueden ser observados en fincas del sector de Suncamal, Río Blanco, La Isla, entre otros. Entre otros varios frutos, también se producen cacao, café, tagua, palmito, aguacates, frutas como mangos, naranjas, mandarinas, pomelos, limones, papayas, zapotes, mamey, caimito, guanábanas, sandías guabas y otras; maíz, soya, arroz, papa china, fréjoles tomates, zapallos; flores, plantas medicinales y ornamentales.

La ganadería constituye un sector destacado en la provincia con una producción vacuna, porcina y ovina importante en relación al total nacional, segundo ciertas fuentes económicas. En Cumandá, esta actividad se puede observar a través de su territorio en casi todos los sectores.

La producción de leche, queso y otros derivados, es vendida a varios intermediarios o es distribuida directamente a mercados de General Antonio Elizalde (Bucay), Pallatanga, Milagro y Guayaquil entre otros.

Actualmente en varios recintos cantón específicamente en Guagal, Suncamal, La Victoria y Buenos Aires, la actividad turística ha empezado a florecer, las personas del lugar han recibido talleres de capacitación en lo que se refiere a la actividad turística motivo por el cual han empezado a recibir a turistas en los recintos mencionados con la finalidad de dar a conocer sus potencialidades en cuanto a agroturismo, turismo de aventura, turismo cultural entre otros.

## **2. Diagnóstico Turístico**

### **a) Participación de la población local en el desarrollo turístico**

La población de esta zona a pesar de no poseer un conocimiento claro sobre el manejo del turismo y al no aprovechar de manera sostenible sus atractivos, sabe que es una de las fuentes más importantes de ingresos económicos para su cantón, así también existen varios complejos y balneario privados; que a pesar de no contar con un manejo técnico y profesional para el desarrollo

de la actividad turística, logran captar mercados de tipo local y nacional ya sean los fines de semana, feriados en fiestas del cantón.

Por tener bosques húmedos tropicales con variedad en especies de flora y fauna la empresa privada ha visto la necesidad de manejar el turismo con alternativas sostenibles que protejan, conserven y preserven los recursos naturales que están alrededor de sus instalaciones.

#### **b) Análisis respecto al apoyo público y privado para el desarrollo turístico**

El Gobierno Autónomo descentraliza del catón Cumandá cuenta con un departamento de turismo, conformada con técnicos que ayudan a promocionar e incrementar el ingreso de turistas hacia los diferentes atractivos en los últimos 2 años.

El departamento de turismo tiene como objetivo incrementar el flujo turístico del cantón, trabajando con los propietarios y Administradores de la planta Turística. Este departamento tiene la potestad de recibir proyectos turísticos, que tengan un manejo adecuado sustentable, sostenible y vinculación con la sociedad.

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo junto al departamento de Turismo del GAD de Cumandá se encuentra colaborando en la elaboración de un plan de desarrollo turístico, buscando concentrar el apoyo de todos los sectores, autoridades locales y regionales.

#### **c) Planta turística actual.**

En el cantón Cumandá existen establecimientos con diferentes categorías para el desarrollo de la actividad turística los cuales han sido registrados en un catastro turístico elaborado por el departamento de turismo del GAD de Cumandá; así se encuentran 13 restaurantes, 2 hoteles, 6 Hosterías, 6 Haciendas, 5 bares 2 discotecas y 2 billares, estos establecimientos constan en el registro para el pago de la patente municipal, desafortunadamente varios de ellos no cumplen con los lineamientos establecidos por la ley, por lo cual debería existir un control por parte de la autoridad competentes para que el desarrollo de esta actividad sea calidad y que satisfaga las necesidades de los turistas.

A continuación una descripción de la planta turística existente en el cantón.

**Tabla 2 Servicios de Turísticos de Hospedaje**

Categoría	Tipo	Subtipo	Nombres	Dirección	Plazas pax	Precio \$
Alojamiento	Hotelero	Hotel	Hotel Metrópolis	Av.9 de octubre y 5 de Junio	30	15
			La Playita	Av. de los puentes	30	15
		Hostería	Olympus	Recinto Cascajal	40 Camping 65 plazas	25
			Ríos y Montañas	Recinto Buenos Aires	60 Plazas	20
	Extra Hoteleros		Paraíso del Buen Vivir	La Victoria	40 Camping 60 Plazas	25
			Suncamal	Recinto Suncamal	20 Camping 30 plazas	30
			La Envidia	La Dolorosa	25 plasas	20
		Haciendas	San Francisco	Recinto Chalguyaco	10 plazas	10
			Surucay	Recinto Buenos Aires	12 plazas	10
			San Vicente	Avenida de los Puentes	10 plazas	12
Alimentación y Bebidas	Restaurantes		Bar Restaurante Cumandá	Avenida de los Puentes	25 pax	
			La Molina	Avenida de los Puentes	20pax	
			El Sabrosón	Avenida de los Puentes	25 pax	
			El Buen Sabor	Avenida de los Puentes	30 pax	
			Míster Picantería	Avenida de los Puentes	25 pax	
			La Envidia te Mata	Avenida de los Puentes	30 pax	
			Andy's	Avenida de los Puentes	20 pax	
			Alta Mar	Avenida de los Puentes, 9 de	20pax	




				octubre		
			La Chimenea	Avenida de los Puentes y 4 de diciembre	30 pax	
			Aquí me quedo	Avenida de los Puentes	25 pax	
	Bares		3 Notas	Avenida de los Puentes		
			Tsunami	Avenida de los Puentes		
	Karaokes		La Fuente	Avenida de los Puentes		
Recreación Esparcimiento			Av. Los Puentes	Avenida de los Puentes		
			Planet	Avenida de los Puentes		
	Discotecas		El Semáforo	Avenida de los Puentes		
			Tsunami	Avenida de los Puentes		

**Fuente:** Catastro Turístico del departamento de turismo del Cantón Cumandá

### 3. Principales atractivos turísticos de uso potencial para la práctica del Rafting

**Tabla 3 Río Chimbo**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Paul Aucancela	<b>1.2 Ficha N° 01</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Carlos Ricaurte Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de Enero de 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> RÍO CHIMBO	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Rápidos o Raudales	
	
<b>Foto 1 Río Chimbo</b> <b>Por:</b> Paul Aucancela	
<b>2) UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cumandá
<b>2.3 Parroquia:</b> Cumandá	<b>2.4 Comunidad:</b> Buenos Aires
<b>2.5 Coordenadas: X:</b> 707394	<b>Y:</b> 9756531
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b> General Antonio Elizalde (Bucay) Cumandá Cascada Piedra Blanca Triunfo	<b>3.2 Distancia:</b> 1km 1km 17km 40km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 260 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 20°C- 32°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica</b> 1000mm a 2000m	

### 3.4 Ubicación del Atractivo.

El Río Chimbo se encuentra ubicado al noroeste del cantón Cumandá, en la hoya del río Chanchan, que recorre de oriente a occidente, dividiendo a las provincias de Chimborazo (Cumandá) con Guayas (General Antonio Elizalde) y a la parroquia Santa Rosa, Provincia de Bolívar.

### 4.5 Descripción del atractivo

El Río Chimbo abarca un área de 34 km<sup>2</sup>, en su trayecto pasa por recintos como: Chalhuayacu, Cascajal, Nuevo Paraíso, La Victoria, Cumandá (Barrio la Dolorosa, San Mateo, Planta Baja) y el recinto Buenos Aires. Este río nace desde el norte de la ciudad de Guaranda por la confluencia de los ríos Guaranda y Salinas provenientes del Nevado Chimborazo. Los principales afluentes del río Chimbo son el río Pangor (cantón Colta) y el río Coco (cantón Pallatanga) para luego unirse con el río Chanchan formando el río Yaguachi el cual une con el río Babahoyo, para luego desembocar en la vertiente Rio Guayas posteriormente en el Océano Pacífico.

Uno de los asentamientos en la microcuenca del río Chimbo es en Guaranda específicamente en San José de Chimbo y por tal motivo se conoce al río.

### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

En este sector se pudo observar la avifauna, como:

En aves: Azulejos (*Euphonia xanthogaster*), Golondrinas (*chaeturcineiventris*), Loros Azules (*Pionusseniloides*), Guindes (*Metallurasp*), Tocazas (*Columba Fascista*), y la especie que se puede apreciar durante todo el recorrido del río son los Gallinazos (*Coragyps atratus*) entre otros.

En el trayecto se pueden apreciar animales como la nutria (*Lontra longicaudis*) y peces como la carachamas (*Pseudorinelepis genibarbi*), Las guatusas (*Dasyprocta punctata*), armadillos (*Dasypodidae*), tortugas (*Geochelone denticulata*), puerco Espin (coendou sp), Ardilla de cola roja (*Sciurus granatensis*).

Especies de flora como: Las bromelias, orquídeas, papaya (*Carica Papaya*), plátano (*Platanusoccidentals*), cacao (*Theobroma cacao*), teca (*Tectonagrandis*), gramíneas, caña guadua (*Guadua angustifolia*), limón (*Citrus limón*) etc.

### 4.7 Permisos y Restricciones

El Río Chimbo se puede ingresar durante todo el año, posee distintos lugares donde se puede llegar a las orillas del río, como también por el puente del mismo nombre en donde se puede apreciar la magnitud de sus aguas con olas y rápidos de color café en invierno y en verano de color cristalino. Debido que el río cruza por distintos recintos el ingreso es muy fácil y gratuito, por lo que poblaciones locales tienen entradas para el ingreso de sus hogares y sacar productos de sus tierras.

### 4.8 Usos

#### 4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad el río Chimbo es utilizado para la realización de pequeñas caminatas, balnearios en pequeños sectores y la práctica de Tubing como también de Kayaking.

<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
Mirador (view point) para fotografiar la cadena montañosa y la planicie de la costa, además se puede utilizar como zona de camping, trekking, rafting, Tubing y kayak	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Diseño y construcción de senderos</li> <li>✚ Guías Especialistas (White wáter Rafting)-Kayakers de seguridad</li> <li>✚ Señalética turística desde el ingreso al Río</li> <li>✚ Estudio de impactos ambientales</li> <li>✚ Análisis de Aguas</li> </ul>	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Llegada de turistas Nacionales y Extranjeros</li> <li>✚ Ingresos económicos a la comunidad</li> <li>✚ Generación de empleo</li> <li>✚ Conservación del Río y Manejo adecuado de sus vertientes naturales</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Contaminación del agua</li> <li>✚ Acumulación de Basura</li> <li>✚ Alteración del ecosistema del lugar</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Proceso de deterioro	
<b>5.2 Causas:</b> El Río Chimbo está en proceso de deterioro, debido a que presente una contaminación por desechos sólidos por parte de las personas o poblaciones que viven cerca de las orillas del río, con excrementos de porcinos y aves, lo cual afecta el entorno natural. Las descargas del alcantarillado público en el río Chimbo.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Intervenido	
<b>6.2 Causas:</b> Los moradores del lugar contaron y mataron las especies de flora nativa para la construcción de sus viviendas, pero con la fuerza de la naturaleza en el invierno se vieron obligados a abandonar el lugar, además en la orilla del río se han establecido un botadero de basura sobre todo en el cantón Cumandá y Bucay.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfaltado, Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Automóvil, Camionetas que salen desde Cumandá también Caballo o a pie.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días, (taxis)	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año

**7.7 Observaciones:**

En época de invierno el río crece dificultando el trayecto, mientras que época de verano es fácil su acceso a las orillas del río.

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

Podemos encontrar en el sector servicios turísticos de alimentación, hospedaje y guianza como.

Hosterías, hoteles y hostales que se encuentran a 10 y 5 minutos del cantón Cumandá Bucay, (Paraíso del Buen Vivir) al igual que restaurantes (Café Del Tren), bares y Operadores Turísticos (Bucay Adventures)

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

**9.1 Agua:** Potable, Entubada

**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema Interconectado

**9.3 Alcantarillado:** Existe en el casco cantonal

**10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.****10.1 Nombre del atractivo:**

Cascada Chorrera del Diablo  
 Cascada Encanto de la Princesa  
 Cascada de Chilicay  
 Suncamal  
 Bosque Protector de Santa Rosa

**10.2 Distancia:**

15km  
 17km  
 16km  
 13km  
 10km

**11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:**

**11.1 Difusión:** Local, Nacional

**12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO**


VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	7
	b) Servicios	6
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	1
	c) Nacional	1
	d) Internacional	1
TOTAL		43

**13. JERARQUIZACIÓN**

## Jerarquía II

Lo cual implica que el atractivo identificado posee rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento

Tabla 4 Río Blanco

<b>2. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Paul Aucancela	<b>1.2 Ficha N°</b> 01
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Carlos Ricaurte Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de Enero de 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> RIO BLANCO	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Riachuelos o Arroyo	
	
<b>Foto 2 Río Blanco</b> <span style="float: right;"><b>Por:</b> Paul Aucancela</span>	
<b>3. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cumandá
<b>2.3 Parroquia:</b> Cumandá	<b>2.4 Recinto:</b> Rio Blanco
<b>2.5 Coordenadas:</b> X:707394	<b>Y:</b> 9756531
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Bucay	1km
Cumandá	1km
Triunfo	4okm
Milagro	39km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 280 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 20°C- 32°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica</b> 1000mm a 2000m	



### 3.5 Ubicación del Atractivo.

El Río Blanco se encuentra ubicado en la hoya del río Chanchan en el recinto Río Blanco, nace en las estribaciones del Bosque protector de Santa Rosa, recorre aproximadamente 40 km con sus agua cristalina para luego desembocar en el río Chimbo. Desde Cumandá hasta río Blanco son apenas 8 minutos vía a al Cantón Pallatanga.

### 4.5 Descripción del atractivo

Este Río toma el nombre debido a la oxigenación de sus aguas, de color blanco, por lo que recorre por medio de cañones de la montaña cercanos a Suncamal. Se caracteriza por sus precipitaciones bastante altas en la época de invierno, pero en época de verano es utilizado como balneario natural para la población convirtiéndose en un atractivo alternativo.

### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

En este sector se pudo observar la avifauna, entre la cual se destacan las siguientes especies: Gavilán (*Buteo* sp.), Halcón reidor (*Herpetotheres cachinnans*), Halcón (*Falco sparverius*), Pava (*Penelope montagnii*), Paloma (*Columba fasciata*), Guanta (*Agouti paca*), Guatusa (*Dasyprocta cristata*), Armadillo (*Dasytus novemcintus*), Ardilla (*Sciurus* sp), Conejo (*Sylvilagus brasiliensis*), Cusumbos (*Potos flavus*) y Zorro (*Didelphis marsupialis*).

La mayor parte de la vegetación del sector está constituida por especies naturales y algunas cultivadas tales como: café (*coffea arabica*), Banano (*Musa paradisiaca*), yuca (*Manihot utilissima*), caña (*Saccharu officinales*), Naranja (*Citrus aurantium*), en lo que tiene que ver con las especies maderables tenemos: cedro (*cedrela montana*), Fernán Sánchez (*Triplaris guayaquilensis*), laurel (*Laurus nobilis*), guayacán (*Tabebuia crysanththa*), entre otra

### 4.7 Permisos y Restricciones

El Río Blanco se puede ingresar durante la época de verano, porque el río forma piscinas naturales y recreativas mientras en época de invierno es difícil el ingreso, porque crece la corriente y sus aguas se transforman en color chocolate.

Debido que el río cruza por distintos recintos el ingreso es muy fácil y gratuito.

### 4.8 Usos

#### 4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad el río Blanco es utilizado para la realización de pequeñas caminatas por sus orillas y como balneario natural.








#### 4.8.2 Usos Potenciales

- ✚ Recreación
- ✚ Fotografía
- ✚ Observación de Flora y Fauna
- ✚ Balneario

#### 4.8.3 Necesidades turísticas


- ✚ Diseño y construcción de senderos
- ✚ Señalización Turística
- ✚ Estudio de impactos ambientales o un Plan de Manejo.



<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li> Llegada de turistas Nacionales</li> <li> Ingresos económicos al Recinto local</li> <li> Generación de empleo o fuentes de trabajo</li> <li> Conservación del Río y Manejo adecuado de sus vertientes naturales</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li> Contaminación del agua</li> <li> Acumulación de Basura</li> <li> Alteración del ecosistema del lugar</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Proceso de deterioro	
<b>5.2 Causas:</b>	
<p>El Rio Blanco se encuentra en proceso de deterioro, debido a que a lo largo de su recorrido es objeto de contaminación por parte de la población, mediante la acumulación de basura.</p> <p>El GAD Municipal de Cumandá en combinación con Obras Publicas, mediante sus trabajos para la construcción del nuevo puente, ha ocasionado el desbordamiento de los muros naturales, cambiando el trayecto del río.</p>	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Semi-intervenido	
<b>6.2 Causas:</b>	
<p>A lo largo del trayecto del río se puede observar viviendas que viven cercanas al rio, actualmente el entorno se encuentra semi-intervenido por las construcción de sus hogares y la expansión de sus tierras con fines agrícolas.</p>	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Automóvil, Camionetas.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> En Verano
<b>7.7 Observaciones:</b>	
<p>En época de invierno el río crece dificultando el trayecto, mientras que época de verano es fácil su acceso a las horillas del río.</p>	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
<p>Podemos encontrar en el sector servicios turísticos de alimentación, hospedaje y guianza como.</p> <p>Hosterías, hoteles y hostales que se encuentran a 5, 10 y 30 minutos del cantón Cumandá, (Luis Antonio) al igual que restaurantes (Ceviches de Cumandá), bares y Operadores Turísticos (Bucay Adventures)</p>	

<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema Interconectado		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozos sépticos.		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
Cascada Chorrera del Diablo	17km	
Cascada Encanto de la Princesa	11km	
Cascada de Chilicay	16km	
Suncamal	13km	
Bosque Protector de Santa Rosa	11km	
Rio Chimbo	20m	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		23
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<p>Jerarquía I</p> <p>Lo cual implica que el atractivo identificado posee rasgo llamativo, pero aun no es capaz de llamar la atención al turista, es por ello que se debe mejorar el sistema de senderos, señalética, servicios de guianza, publicidad, etc.; lo cual permitirá la visita de turistas de larga distancia, ya sea del mercado interno, receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas. A su vez estos mejoramientos van a permitir al atractivo subir de categoría.</p>		

Tabla 5 Río Chanchan

3. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Paul Aucancela	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Carlos Ricaurte Yépez	1.4 Fecha: 02 de Enero de 2016
1.5 Nombre del Atractivo: RÍO CHANCHAN	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Rápidos o Raudales	
	
<p>Foto 3 Río Chanchan</p> <p>Por: Paul Aucancela</p>	
4. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cumandá
2.3 Parroquia: Cumandá	2.4 Recinto: Naranjapata, Buenos Aires, El Guayabo
2.5 Coordenadas: X:707394	Y: 9756531
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
General Antonio Elizalde (Bucay)	1km
Triunfo	40km
Milagro	39km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 1200 m.s.n.m - 250 m.s.n.m	
4.2 Temperatura: 20°C- 32°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica 1000mm a 2000m	

### 3.6 Ubicación del Atractivo.

El Río Chanchan se encuentra ubicado en la hoya del mismo nombre, nace en las estribaciones de los cerros Chuzpungo, Ucumari en la provincia de Chimborazo. Este Río está formado por la confluencia del río Guasuntos y el río Alausi, desciende hacia el oeste hasta juntarse con el Río Chimbo y formar el Yaguachi.

### 4.5 Descripción del atractivo

El Río Chanchan toma el nombre de la hoya donde está ubicado, se origina en los páramos del cantón Alausi y Chuchi se caracteriza por sus precipitaciones bastante altas en la época de invierno. Sus afluentes son el río Huagayacu, el río Ucumari, que nace de las faldas del mismo nombre y se alimenta de varias vertientes, el río Chilicay, Cruz Pata y la quebrada Urbina

### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Encontramos especies de aves como: Golondrinas (*Chaetura cinereiventris*), loros azules (*Pionus seniloides*), quindes (*Metallura sp*), torcazas (*Columba fascista*), etc.

Flora: papaya (*Carica Papaya*), plátano (*Platanus occidentals*), cacao (*Theobroma cacao*), teca (*Tectonagrandis*), gramíneas, caña guadua (*Guadua angustifolia*), limón (*Citrus limón*)

### 4.7 Permisos y Restricciones

El Río Chanchan se puede ingresar durante todo el año, cuenta con varios lugares donde se puede llegar a las orillas del río, como también por el puente del mismo nombre en donde se puede apreciar la magnitud de sus aguas con olas y rápidos de color café en invierno y en verano de color cristalino. Debido que el río cruza por distintos recintos el ingreso es muy fácil y gratuito.

### 4.8 Usos

#### 4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad el río Chanchan es utilizado para la realización de pequeñas caminatas por sus orillas.

#### 4.8.2 Usos Potenciales

- ✚ Recreación
- ✚ Fotografía
- ✚ Observación de Flora y Fauna

#### 4.8.3 Necesidades turísticas

- ✚ Diseño y construcción de senderos
- ✚ Guías Especialistas (White wáter Rafting)-Kayakeros de seguridad
- ✚ Capacitación de Guías.
- ✚ Señalética turística desde el ingreso al Río
- ✚ Estudio de impactos ambientales o un Plan de Manejo.

### 4.9 Impactos

#### 4.9.1 Impactos positivos

- ✚ Llegada de turistas Nacionales y Extranjeros
- ✚ Ingresos económicos a la comunidad
- ✚ Generación de empleo
- ✚ Conservación del Río y Manejo adecuado de sus vertientes naturales

**4.9.2 Impactos negativos**

- ✚ Contaminación del agua
- ✚ Acumulación de Basura
- ✚ Alteración del ecosistema del lugar

**5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:****5.1 Estado:** Proceso de deterioro**5.2 Causas:**

El Rio Chanchan se encuentra en proceso de deterioro, debido a que a lo largo de su recorrido es objeto de contaminación por parte de la población, mediante sustancias químicas provenientes de sus fincas bananeras y también por el arrojamiento de desechos sólidos.

**6. ENTORNO:****6.1 Entorno:** Semi-intervenido**6.2 Causas:**

A lo largo del trayecto del río se puede observar viviendas que viven cercanas al río, actualmente el entorno se encuentra semi-intervenido por las construcción de sus hogares y la expansión de sus tierras con fines agrícolas.

**7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO****7.1 Tipo:** Terrestre**7.2 Subtipo:** Lastrado**7.3 Estado de Vías:** Regular**7.4 Transporte:** Automóvil, Camionetas que salen desde Cumandá también Caballo o a pie.**7.5 Frecuencias:** Todos los días, (taxis)**7.6 Temporalidad de acceso:** Todo el año**7.7 Observaciones:**

En época de invierno el río crece dificultando el trayecto, mientras que época de verano es fácil su acceso a las horillas del río.

**8. FACILIDADES TURÍSTICAS.**

Podemos encontrar en el sector servicios turísticos de alimentación, hospedaje y guianza como.

Hosterías, hoteles y hostales que se encuentran a 10 y 30 minutos del cantón Cumandá, (Luis Antonio) al igual que restaurantes (Ceviches de Cumanda), bares y Operadores Turísticos (Bucay Adventures)

**9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA****9.1 Agua:** Potable, Entubada**9.2 Energía Eléctrica:** Sistema Interconectado**9.3 Alcantarillado:** Existe en el casco cantonal y parte rural Pozos sépticos.

### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>
Cascadas Piedra Blanca	17km
Cascada Gallo de la Peña	11km
Cascada de Chilicay	16km
Suncamal	13km
Bosque Protector de Chilicay	11km

### 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

**11.1 Difusión:** Local

### 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		35


### 13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Lo cual implica que el atractivo identificado posee rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.



Tabla 6 Río San Pablo

4. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Paul Aucancela	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Carlos Ricaurte Yépez	1.4 Fecha: 02 de Enero de 2016
1.5 Nombre del Atractivo: SAN PABLO	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Rápidos o Raudales	
	
Foto 4 Río San Pablo	
Por: Paul Aucancela	
5. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cumandá
2.3 Parroquia: Cumandá	2.4 Recinto: San Pablo
2.5 Coordenadas: X:707394	Y: 9756531
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Bucay	1km
Triunfo	40km
Milagro	39km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 1000 m.s.n.m	
4.2 Temperatura: 20°C- 32°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica 1000mm a 2000m	

#### 4.4 Ubicación del Atractivo.

El Río San Pablo se encuentra ubicado a 30 minutos del cantón Cumandá y a 25 minutos del cantón Pallatanga, en la hoya del río chanchan, recorriendo de oriente a occidente por los recintos Guagal, Copalillo, Sacramento.

#### 4.5 Descripción del atractivo

El Río San Pablo tiene su origen en el cerro Curiquina se caracteriza por sus precipitaciones bastantes altas en la época de invierno, sus aguas son rápidas y transparentes, poco ancho pero de gran longitud, este río puede ser observado del puente de San Pablo, aproximadamente 200 metros de la vía panamericana

#### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

Encontramos especies de aves como: Golondrinas (*Chaetura cinereiventris*), loros azules (*Pionus seniloides*), quindes (*Metallura sp*), torcazas (*Columba fascista*), etc.

Fauna: Las guatusas (*Dasyprocta punctata*), armadillos (*Dasypodidae*), tortugas (*Geochelone denticulata*), puerco Espin (coendou sp), Ardilla de cola roja (*Sciurus granatensis*).

Flora: Bromelias, orquídeas, papaya (*Carica Papaya*), plátano (*Platanus occidentals*), cacao (*Theobroma cacao*), teca (*Tectonagrandis*), gramíneas, caña guadua (*Guadua angustifolia*), limón (*Citrus limón*)

#### 4.7 Permisos y Restricciones




El Río San Pablo se puede ingresar solo en la época de verano y no en invierno, porque en época de lluvia los ingresos no son adecuados y existen mucha maleza en los senderos, por lo que es necesario transitar con botas y ponchos de agua  
Debido que el río cruza por distintos hogares el ingreso es muy fácil en la parte baja y la entrada es gratuita.

#### 4.8 Usos




##### 4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad es utilizado para la realización de caminatas por las orillas

##### 4.8.2 Usos Potenciales

-  Recreación
-  Fotografía
-  Observación de aves

##### 4.8.3 Necesidades turísticas

-  Diseño y construcción de senderos
-  Señalética turística desde el ingreso al Río
-  Estudio de impactos ambientales



<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Llegada de turistas Nacionales</li> <li>✚ Ingresos económicos a los recintos</li> <li>✚ Generación de empleo</li> <li>✚ Conservación del Río y Manejo adecuado de sus vertientes naturales</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Contaminación del agua</li> <li>✚ Acumulación de Basura</li> <li>✚ Alteración del ecosistema del lugar</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Conservado	
<b>5.2 Causas:</b> En la Actualidad las aguas se pueden observar que son de color cristalinas o claras, por lo que este río solamente cruza por hogares en la parte baja y no existe mayor contaminación.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Semi-Intervenido	
<b>6.2 Causas:</b> Los acantilados que bordean el río son propensos a deslaves y podrían cambiar el rumbo del río.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre <b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular <b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días, (taxis)	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfaltado, Lastrado <b>7.4 Transporte:</b> Automóvil, Camionetas. <b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> En época de invierno el río crece dificultando el trayecto, mientras que época de verano es fácil su acceso a las horillas del río.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Podemos encontrar en el sector servicios turísticos de alimentación, hospedaje y guianza como.  Hosterías, hoteles y hostales que se encuentran a 30 y 25 minutos del cantón Cumandá, (Paraíso del Buen Vivir) al igual que restaurantes (Café Del Tren), bares y Operadores Turísticos (Bucay Adventures)	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada <b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema Interconectado <b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozo séptico	

### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Hostería Olympus Pallatanga Cumandá General Antonio Elizalde (Bucay)	<b>10.2 Distancia:</b> 3km 20km 17km 17km
--	---

### 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

**11.1 Difusión:** Local

### 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO


VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	3
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	3
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		39

### 13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía II

Lo cual implica que el atractivo identificado posee rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.

Tabla 7 Río La Lucía

<b>5. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Paul Aucancela	<b>1.2 Ficha N°</b> 01
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Carlos Ricaurte Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de Enero de 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> RIO LA LUCÍA	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Riachuelos	
	
<b>Foto 5 Río La Lucía</b> <b>Por:</b> Paul Aucancela	
<b>6. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cumandá
<b>2.3 Parroquia:</b> Cumandá	<b>2.4 Recinto:</b> Bucay Chico
<b>2.5 Coordenadas: X:</b> 707394	<b>Y:</b> 9756531
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Bucay	2.5km
Cumandá	2.5km
Pallatanga	37km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 346 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 25°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica</b> 1000mm a 2000m	

### 3.7 Ubicación del Atractivo.

El Río La Lucía se encuentra ubicado en el Recinto Guayabo a 2.5 km del Cantón Cumandá, vía a Pallatanga si se viene desde Guayaquil o a 35 minutos si se viene de Pallatanga a Cumandá, se puede ir en Vehículo o caminando. Para acceder se debe descender por el puente de la vía a Cumandá-Guayabo.

### 4.5 Descripción del atractivo

El Río La Lucía se forma por pequeñas vertientes y riachuelos, que se juntan en el recorrido formando pequeñas lagunas aptas para bañistas. Para poder ingresar es necesario caminar 10 minutos aproximadamente desde el recinto hacia el río, atravesando varias cuevas en donde viven algunos animales, pero lo mejor es acceder directamente por el río, porque a 50 metros después encontramos la primera laguna natural, con una profundidad de 1,50 metros rodeada de mucha vegetación tales como las orquídeas, después de 1 kilómetro de caminata por el río se puede llegar a otra laguna natural de 2,50 metros de profundidad con una temperatura promedio de 15 ° C.

### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

En este sector se pudo observar la avifauna, entre la cual se destacan las siguientes especies: Gavilán (*Buteo sp.*), Halcón reidor (*Herpetotheres cachinnans*), Halcón (*Falco sparverius*), Pava (*Penelope montagnii*), Paloma (*Columba fasciata*), Guanta (*Agouti paca*), Guatusa (*Dasyprocta cristata*), Armadillo (*Dasyurus novemcintus*), Ardilla (*Sciurus sp.*), Cusumbos (*Potos flavus*).

La mayor parte de la vegetación del sector está constituida por especies naturales y algunas cultivadas tales como: yuca (*Manihot utilissima*), caña (*Saccharu officinales*), Naranja (*Citrus aurantium*), en lo que tiene que ver con las especies maderables tenemos: cedro (cedrela montana), Fernán sánchez (*Triplaris guayaquilensis*), laurel (*Laurus nobilis*), guayacán (*Tabebuia caryanbtha*), entre otra

### 4.7 Permisos y Restricciones





El Río La lucía se puede ingresar durante todo el año pero es recomendable visitar en época de verano por la temperatura del clima.

### 4.8 Usos





#### 4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad el río La lucía es utilizado para la realización de pequeñas caminatas por sus orillas y como balneario natural.

#### 4.8.2 Usos Potenciales

-  Recreación
-  Fotografía
-  Observación de Flora y Fauna
-  Balnerio

#### 4.8.3 Necesidades turísticas

-  Diseño y construcción de senderos
-  Señalización Turística
-  Estudio de impactos ambientales o un Plan de Manejo.
-  Calculo de la capacidad de carga para los senderos

<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Llegada de turistas Nacionales</li> <li>✚ Ingresos económicos al Recinto local</li> <li>✚ Generación de empleo o fuentes de trabajo</li> <li>✚ Conservación del Río y Manejo adecuado de sus vertientes naturales</li> </ul>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Contaminación del agua</li> <li>✚ Acumulación de Basura</li> <li>✚ Alteración del ecosistema del lugar</li> </ul>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Proceso de recuperación	
<b>5.2 Causas:</b>	
En las aguas del río se puede observar que son claras y cristalinas, por lo que no se encuentran contaminadas por las actividades del ser humano	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Semi-intervenido	
<b>6.2 Causas:</b>	
Para la realización de los senderos la población destruyo algunas plantas, como también por la falta de la capacidad de carga cada vez se va expandiendo más los senderos.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Automóvil, Camionetas.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Se recomienda utilizar ropa y zapatos adecuado para caminar, así como también gorra y bloqueador solar.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Podemos encontrar en el sector servicios turísticos de alimentación, hospedaje y guianza como.	
Hosterías, hoteles y hostales que se encuentran a 15, 20 y 40 minutos del cantón Cumandá, (Luis Antonio) al igual que restaurantes (Ceviches de Cumandá), bares y Operadores Turísticos (Bucay Adventures)	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema Interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozos sépticos.	

### 10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>
Hostería OASIS	0.5km
Cascada Chorrera del Diablo	17km
Cascada Encanto de la Princesa	11km
Cascada de Chilicay	16km
Suncamal	13km
Bosque Protector de Santa Rosa	11km

### 11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

**11.1 Difusión:** Local

### 12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICAD O	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24


### 13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

Lo cual implica que el atractivo identificado posee rasgo llamativo, pero aun no es capaz de llamar la atención al turista, es por ello que se debe mejorar el sistema de senderos, señalética, servicios de guianza, publicidad, etc.; lo cual permitirá la visita de turistas de larga distancia, ya sea del mercado interno, receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas. A su vez estos mejoramientos van a permitir al atractivo subir de categoría.




Tabla 8 Río Chilicay

<b>6. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Paul Aucancela	<b>1.2 Ficha N° 01</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Carlos Ricaurte Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de Enero de 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> RIO CHILICAY	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Riachuelos o Arroyo	
	
<b>Foto 6 Río Chilicay</b>	Por: Paul Aucancela
<b>7. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cumandá
<b>2.3 Parroquia:</b> Cumandá	<b>2.4 Recinto:</b> Chilicay
<b>2.5 Coordenadas: X:</b> 707394	<b>Y:</b> 9756531
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Bucay	17km
Cumandá	17km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 346 m.s.n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 25°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica</b> 1000mm a 2000m	

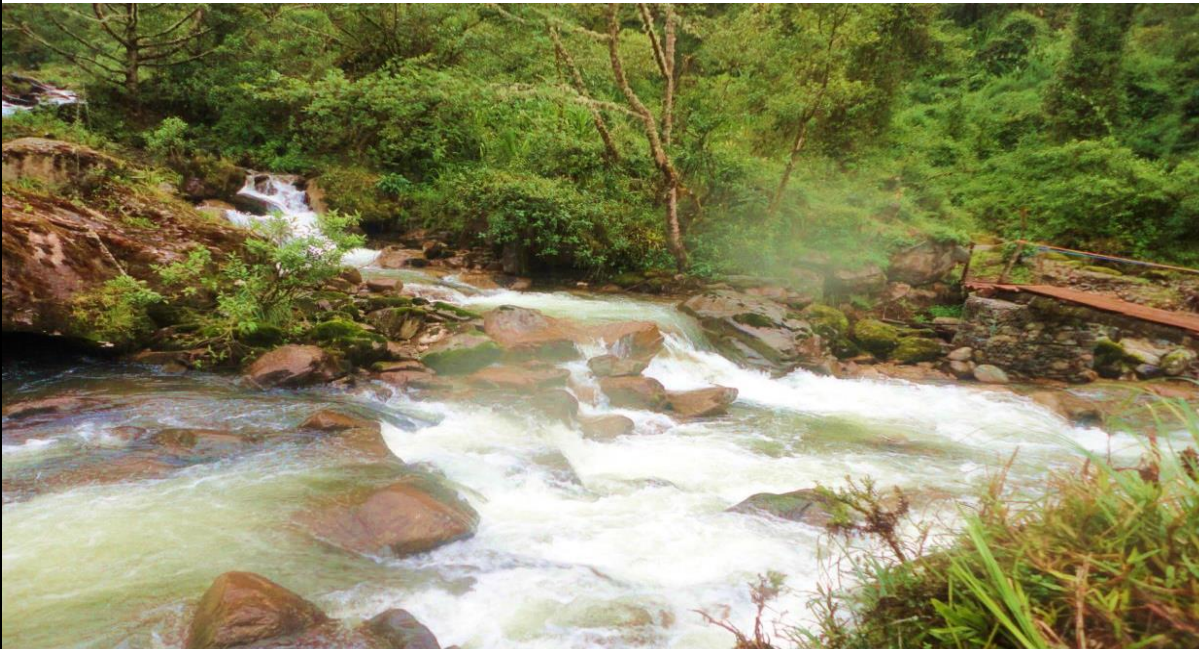
<p><b>7.4 Ubicación del Atractivo.</b></p> <p>El Río Chilicay se encuentra ubicado a 17 km del cantón Cumndá y General Antonio Elizalde, se puede ir en carro con dirección al recinto Suncamal-Chilicay.</p>
<p><b>4.5 Descripción del atractivo</b></p> <p>El río Chilicay se forma por las medianas cauces de riachuelos provenientes del bosque protector y de la cascada del mismo nombre, que en su correr forma varias pozas aptas para bañistas. Para Acceder al río se debe seguir por la vía de Suncamal hacia Chilicay, durante el recorrido se puede apreciar vegetaciones como orquídeas y animales como las guatusas.</p>
<p><b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b></p> <p>En este sector se pudo observar la avifauna, entre la cual se destacan las siguientes especies: Gavilán (Buteo sp.), Halcón reidor (Herpetotheres cachinnans), Halcón (Falco sparverius), Pava (Penelope montagnii), Paloma (Columba fasciata), Guanta (Agouti paca), Guatusa (Dasypus cristata), Armadillo (Dasypus novemcinctus), Ardilla (Sciurus sp).</p> <p>La mayor parte de la vegetación del sector está constituida por especies naturales y algunas cultivadas tales como: café (coffea arabica), Banano (Musa paradisiaca), yuca (Manihot utilissima), caña (Saccharum officinale), Naranja (Citrus aurantium), en lo que tiene que ver con las especies maderables tenemos: cedro (cedrela montana), Fernán Sánchez (Triplaris guayaquilensis), laurel (Laurus nobilis), guayacán (Tabebuia crassipes), entre otra</p>
<p><b>4.7 Permisos y Restricciones</b></p> <p>El Río Chilicay se puede ingresar durante todo el año</p>
<p><b>4.8 Usos</b></p>
<p><b>4.8.1 Usos Actuales</b></p> <p>En la actualidad el río Blanco es utilizado para la realización de pequeñas caminatas por sus orillas.</p>
<p><b>4.8.2 Usos Potenciales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Recreación</li> <li>✚ Fotografía</li> <li>✚ Observación de Flora y Fauna</li> </ul>
<p><b>4.8.3 Necesidades turísticas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Diseño y construcción de senderos</li> <li>✚ Señalización Turística</li> <li>✚ Estudio de impactos ambientales o un Plan de Manejo.</li> </ul>
<p><b>4.9 Impactos</b></p>
<p><b>4.9.1 Impactos positivos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Llegada de turistas Nacionales</li> <li>✚ Ingresos económicos al Recinto local</li> <li>✚ Generación de empleo o fuentes de trabajo</li> <li>✚ Conservación del Río y Manejo adecuado de sus vertientes naturales</li> </ul>
<p><b>4.9.2 Impactos negativos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Contaminación del agua</li> <li>✚ Acumulación de Basura</li> </ul>



 Alteración del ecosistema del lugar	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> En proceso de recuperación	
<b>5.2 Causas:</b> El color de las aguas del río Chilicay ya no se observa que está en proceso de contaminación por lo que la población ha estado tomando en cuenta el cuidado de las cuencas hidrográficas.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Semi-intervenido	
<b>6.2 Causas:</b> A lo largo del trayecto del río se puede observar viviendas que viven cercanas al río, actualmente el entorno se encuentra semi-intervenido por las construcción de sus hogares y la expansión de sus tierras con fines agrícolas.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Automóvil, Camionetas.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Podemos encontrar en el sector servicios turísticos de alimentación, hospedaje y guianza como.  Hosterías, hoteles y hostales que se encuentran a 25, 30 y 40 minutos del cantón Cumandá, (Luis Antonio) al igual que restaurantes (Ceviches de Cumandá), bares y Operadores Turísticos (Bucay Adventures)	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada <b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema Interconectado <b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozos sépticos.	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Suncamal Bosque Protector de Santa Rosa Río Chimbo	<b>10.2 Distancia:</b> 1km 3 km 17km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<p>Jerarquía I</p> <p>Lo cual implica que el atractivo identificado posee rasgo llamativo, pero aun no es capaz de llamar la atención al turista, es por ello que se debe mejorar el sistema de senderos, señalética, servicios de guianza, publicidad, etc.; lo cual permitirá la visita de turistas de larga distancia, ya sea del mercado interno, receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas. A su vez estos mejoramientos van a permitir al atractivo subir de categoría.</p>		

Tabla 9 Río El Rosario

7. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Paul Aucancela	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Carlos Ricaurte Yépez	1.4 Fecha: 02 de Enero de 2016
1.5 Nombre del Atractivo: RIO EL ROSARIO	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Riachuelos o Arroyo	
	
<p>Foto 7 Río El Rosario</p> <p>Por: Paul Aucancela</p>	
8. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cumandá
2.3 Parroquia: Cumandá	2.4 Recinto: La Victoria
2.5 Coordenadas: X: 707394	Y: 9756531
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
Bucay	2 km
Cumandá	2 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 600 m.s.n.m- 300m.s.n.m	
4.2 Temperatura: 25°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica 1000mm a 2000m	

#### 8.4 Ubicación del Atractivo.

El Río el Rosario se encuentra ubicado a 2 km del cantón Cumandá y General Antonio Elizalde vía a Pallatanga, se puede ir en carro con dirección al recinto la Victoria a 10 minutos aproximadamente.

#### 4.5 Descripción del atractivo

El río Rosario nace o se forma en la quebrada del mismo nombre para unir con el Rio Blanco y posteriormente desembocar en el río Chimbo, durante el recorrido se puede apreciar vegetaciones como orquídeas y animales como las guatusas, el color de sus aguas son cristalinas porque desciende unos 400 metros de la parte más alta.

#### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

En este sector se pudo observar la avifauna, entre la cual se destacan las siguientes especies: Gavilán (Buteo sp.), Halcón reidor (Herpetotheres cachinnans), Halcón (Falco sparverius), Pava (Penelope montagnii), Paloma (Columba fasciata), Guanta (Agouti paca), Guatusa (Dasypsecta cristata), Armadillo (Dasypus novemcinctus), Ardilla (Sciurus sp).

La mayor parte de la vegetación del sector está constituida por especies naturales y algunas cultivadas tales como: caña (Saccharu officinales), Naranja (Citrus aurantium), en lo que tiene que ver con las especies maderables tenemos: cedro (cedrela montana), Fernán sánchez (Triplaris guayaquilensis), laurel (Laurus nobilis), guayacán (Tabebuia caryanthos), entre otra

#### 4.7 Permisos y Restricciones

El Río El Rosario se puede ingresar durante todo el año pero en época de lluvia es un poco difícil.

#### 4.8 Usos

##### 4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad el río El Rosario es utilizado para la realización de pequeñas caminatas por sus orillas.

##### 4.8.2 Usos Potenciales

- ✚ Recreación
- ✚ Fotografía
- ✚ Observación de Flora y Fauna

##### 4.8.3 Necesidades turísticas

- ✚ Diseño y construcción de senderos
- ✚ Señalización Turística
- ✚ Estudio de impactos ambientales o un Plan de Manejo.


#### 4.9 Impactos

##### 4.9.1 Impactos positivos

- ✚ Llegada de turistas Nacionales
- ✚ Ingresos económicos al Recinto local
- ✚ Generación de empleo o fuentes de trabajo
- ✚ Conservación del Río y Manejo adecuado de sus vertientes naturales

##### 4.9.2 Impactos negativos


- ✚ Contaminación del agua
- ✚ Acumulación de Basura

 Alteración del ecosistema del lugar	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> conservado	
<b>5.2 Causas:</b> El color de las aguas, no se observa que está en proceso de contaminación por lo que la población ha estado tomando en cuenta el cuidado de las cuencas hidrográficas.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Sin intervención	
<b>6.2 Causas:</b> Existen hogares que se encuentran ubicadas al final del río, mientras que en la mayoría de trayecto del río no se encuentra en contacto con las familias aledañas y por esta razón se encuentra conservado la fuente natural.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre <b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular <b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado <b>7.4 Transporte:</b> Automóvil, Camionetas. <b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Podemos encontrar en el sector servicios turísticos de alimentación, hospedaje y guianza como.  Hosterías, hoteles y hostales que se encuentran a 5, 10 y 20 minutos del cantón Cumandá, (Luis Antonio) al igual que restaurantes (Ceviches de Cumandá), bares y Operadores Turísticos (Bucay Adventures)	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada <b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema Interconectado <b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozos sépticos.	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> General Antonio Elizalde (Bucay) Cumandá Rio Chimbo	<b>10.2 Distancia:</b> 2km 2km 3km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<p>Jerarquía I</p> <p>Lo cual implica que el atractivo identificado posee rasgo llamativo, pero aun no es capaz de llamar la atención al turista, es por ello que se debe mejorar el sistema de senderos, señalética, servicios de guianza, publicidad, etc.; lo cual permitirá la visita de turistas de larga distancia, ya sea del mercado interno, receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas. A su vez estos mejoramientos van a permitir al atractivo subir de categoría.</p>		



Tabla 10 Río Zurucay

<b>8. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Paul Aucancela	<b>1.2 Ficha N° 01</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Carlos Ricaurte Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de Enero de 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> RIO ZURUCAY	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Riachuelos o Arroyo	
	
<b>Foto 8 Río Zurucay</b>	
<b>Por:</b> Paul Aucancela	
<b>9. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cumandá
<b>2.3 Parroquia:</b> Cumandá	<b>2.4 Recinto:</b> Suncamal
<b>2.5 Coordenadas:</b> X:707394	<b>Y:</b> 9756531
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Suncamal	1 km
Bucay	13 km
Cumandá	13 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1200 m.s.n.m-190 m.s. n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 15-32°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica</b> 1150mm	

#### 9.4 Ubicación del Atractivo.

El Río Zurucay se encuentra ubicado en el recinto Suncamal al sur-occidente de la provincia de Chimborazo a 14 km del cantón Cumandá y General Antonio Elizalde, se puede ir en carro con dirección al recinto Suncamal a 10 minutos aproximadamente.

#### 4.5 Descripción del atractivo

El río Zurucay nace o se forma en la quebrada del mismo nombre, para unir con el Río Blanco y posteriormente desembocar en el río Chimbo, durante el recorrido se puede apreciar vegetaciones como orquídeas y animales como las guatusas, el color de sus aguas son cristalinas porque desciende unos 1200 metros de la parte más alta.

#### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

En este sector se pudo observar la avifauna, entre la cual se destacan las siguientes especies: Gavilán (*Buteo sp.*), Halcón reidor (*Herpetotheres cachinnans*), Halcón (*Falco sparverius*), Pava (*Penelope montagnii*), Paloma (*Columba fasciata*), Guanta (*Agouti paca*), Guatusa (*Dasyprocta cristata*), Armadillo (*Dasyurus novemcintus*), Ardilla (*Sciurus sp.*).

La mayor parte de la vegetación del sector está constituida por especies naturales y algunas cultivadas tales como: caña (*Saccharu officinales*), Naranja (*Citrus aurantium*), en lo que tiene que ver con las especies maderables tenemos: cedro (*cedrela montana*), Fernán Sánchez (*Triplaris guayaquilensis*), laurel (*Laurus nobilis*), guayacán (*Tabebuia caryanthia*), entre otra

#### 4.7 Permisos y Restricciones

El Río Zurucay se puede ingresar durante todo el año pero en época de lluvia es un poco difícil.

#### 4.8 Usos

##### 4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad el río Zurucay es utilizado para la realización de pequeñas caminatas por sus orillas.

##### 4.8.2 Usos Potenciales

- ✚ Recreación
- ✚ Fotografía
- ✚ Observación de Flora y Fauna

##### 4.8.3 Necesidades turísticas

- ✚ Diseño y construcción de senderos
- ✚ Señalización Turística
- ✚ Estudio de impactos ambientales o un Plan de Manejo.

#### 4.9 Impactos

##### 4.9.1 Impactos positivos

- ✚ Llegada de turistas Nacionales
- ✚ Ingresos económicos al Recinto local
- ✚ Generación de empleo o fuentes de trabajo
- ✚ Conservación del Río y Manejo adecuado de sus vertientes naturales

##### 4.9.2 Impactos negativos


- ✚ Contaminación del agua



<p>✚ Acumulación de Basura</p> <p>✚ Alteración del ecosistema del lugar</p>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> conservado	
<p><b>5.2 Causas:</b></p> <p>El color de las aguas, no se observa que está en proceso de contaminación por lo que la población ha estado tomando en cuenta el cuidado de las cuencas hidrográficas.</p>	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Sin intervención	
<p><b>6.2 Causas:</b></p> <p>Existen hogares que se encuentran ubicadas durante el trascurso del río, pero son pocas las familias, mientras que en la mayoría de trayecto del río no se encuentra en contacto con las familias aledañas y por esta razón se encuentra conservada la fuente natural.</p>	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado, chaquiñan
<b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular	<b>7.4 Transporte:</b> Automóvil, Camionetas.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<p><b>7.7 Observaciones:</b></p> <p>Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar.</p>	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
<p>Podemos encontrar en el sector servicios turísticos de alimentación, hospedaje y guianza como.</p> <p>Hosterías, hoteles y hostales que se encuentran a 15, 30 y 50 minutos del cantón Cumandá, (Luis Antonio) al igual que restaurantes (Ceviches de Cumandá), bares y Operadores Turísticos (Bucay Adventures)</p>	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema Interconectado	
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozos sépticos.	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>
Suncamal	2 km
Cascada de Chilicay	2.5 km
General Antonio Elizalde (Bucay)	13km
Cumandá	13km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<p><b>Jerarquía I</b></p> <p>Lo cual implica que el atractivo identificado posee rasgo llamativo, pero aun no es capaz de llamar la atención al turista, es por ello que se debe mejorar el sistema de senderos, señalética, servicios de guianza, publicidad, etc.; lo cual permitirá la visita de turistas de larga distancia, ya sea del mercado interno, receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas. A su vez estos mejoramientos van a permitir al atractivo subir de categoría.</p>		

Tabla 11 Río Mayahuán

<b>9. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Paul Aucancela	<b>1.2 Ficha N° 01</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Carlos Ricaurte Yépez	<b>1.4 Fecha:</b> 02 de Enero de 2016
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> RIO MAYAHUÁN	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ríos	
<b>1.8 Subtipo:</b> Riachuelos o Arroyo	
	
<b>Foto 9 Río Mayahuán</b> <b>Por:</b> Paul Aucancela	
<b>10. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b> Cumandá
<b>2.3 Parroquia:</b> Cumandá	<b>2.4 Recinto:</b> Miraflores
<b>2.5 Coordenadas: X:</b> 707394	<b>Y:</b> 9756531
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
Miraflores	8 km
Recinto la Victoria	9 km
Bucay	13 km
Cumandá	13 km
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud:</b> 1150 m.s.n.m-300 m.s. n.m	
<b>4.2 Temperatura:</b> 20-32°C	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica</b> 1000mm	

#### 10.4 Ubicación del Atractivo.

El Río Mayahuán se encuentra ubicado en el recinto Miraflores a 13 km del cantón Cumandá y General Antonio Elizalde, se puede ir en carro con dirección al recinto la Victoria y después al recinto Miraflores a 25 minutos aproximadamente.

#### 4.5 Descripción del atractivo

El río Mayahuán nace o se forma en la quebrada del mismo nombre, para unir con el Río El Rosario, después conectar con el Río Blanco y posteriormente desembocar en el río Chimbo, durante el recorrido se puede apreciar vegetaciones como orquídeas y animales como las guatusas, el color de sus aguas son cristalinas porque descende unos 1000 metros de la parte más alta.

#### 4.6 Atractivos individuales que lo conforman:

En este sector se pudo observar la avifauna, entre la cual se destacan las siguientes especies: Gavilán (*Buteo sp.*), Halcón reidor (*Herpetotheres cachinnans*), Halcón (*Falco sparverius*), Pava (*Penelope montagnii*), Paloma (*Columba fasciata*), Guanta (*Agouti paca*), Guatusa (*Dasyprocta cristata*), Armadillo (*Dasyurus novemcintus*), Ardilla (*Sciurus sp.*).

La mayor parte de la vegetación del sector está constituida por especies naturales y algunas cultivadas tales como: caña (*Saccharu officinales*), Naranja (*Citrus aurantium*), en lo que tiene que ver con las especies maderables tenemos: cedro (*cedrela montana*), Fernán Sánchez (*Triplaris guayaquilensis*), laurel (*Laurus nobilis*), guayacán (*Tabebuia caryanthia*), entre otra

#### 4.7 Permisos y Restricciones

El Río Mayahuán se puede ingresar durante todo el año pero en época de lluvia es un poco difícil.

#### 4.8 Usos

##### 4.8.1 Usos Actuales

En la actualidad el río Zurucay es utilizado para la realización de pequeñas caminatas por sus orillas.

##### 4.8.2 Usos Potenciales

- ✚ Recreación
- ✚ Fotografía
- ✚ Observación de Flora y Fauna

##### 4.8.3 Necesidades turísticas

- ✚ Diseño y construcción de senderos
- ✚ Señalización Turística
- ✚ Estudio de impactos ambientales o un Plan de Manejo.

#### 4.9 Impactos

##### 4.9.1 Impactos positivos

- ✚ Llegada de turistas Nacionales
- ✚ Ingresos económicos al Recinto local
- ✚ Generación de empleo o fuentes de trabajo
- ✚ Conservación del Río y Manejo adecuado de sus vertientes naturales

##### 4.9.2 Impactos negativos

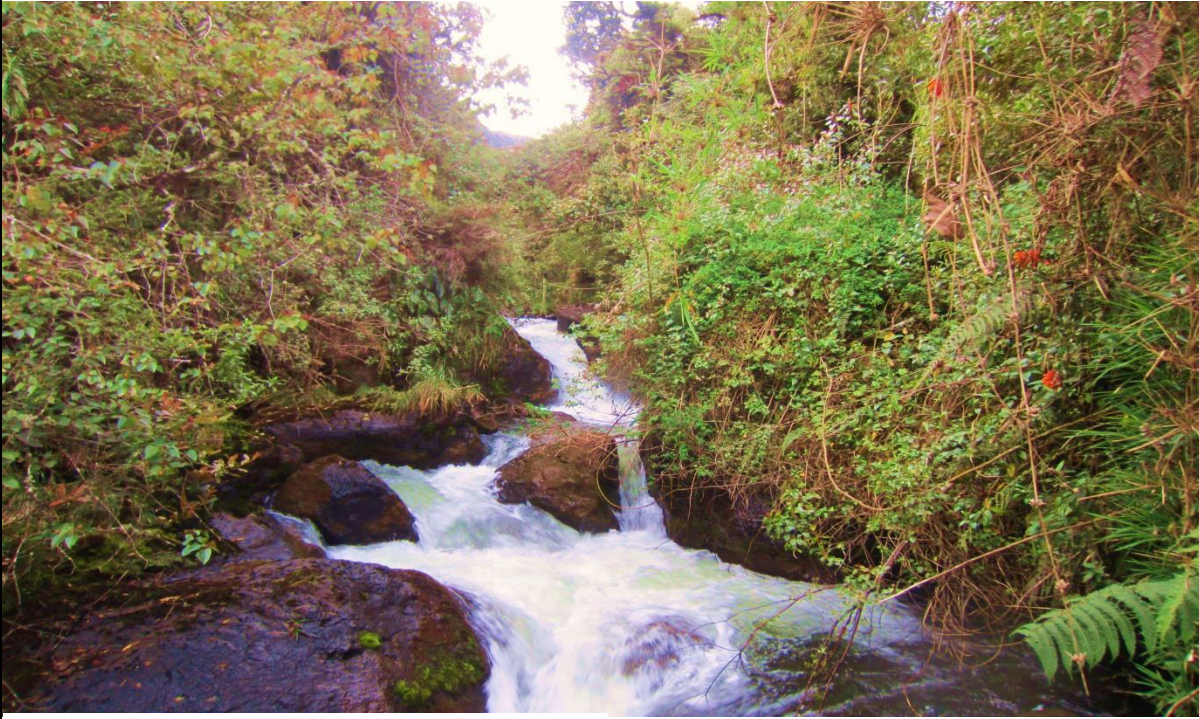
- ✚ Contaminación del agua
- ✚ Acumulación de Basura
- ✚ Alteración del ecosistema del lugar

<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> conservado	
<b>5.2 Causas:</b> El color de las aguas, no se observa que está en proceso de contaminación por lo que la población ha estado tomando en cuenta el cuidado de las cuencas hidrográficas.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Sin intervención	
<b>6.2 Causas:</b> Existen hogares que se encuentran ubicadas durante el trascurso del río, pero son pocas las familias, mientras que en la mayoría de trayecto del río no se encuentra en contacto con las familias aledañas y por esta razón se encuentra conservada la fuente natural.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre <b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular <b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado, chaquiñan <b>7.4 Transporte:</b> Automóvil, Camionetas. <b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Podemos encontrar en el sector servicios turísticos de alimentación, hospedaje y guianza como.  Hosterías, hoteles y hostales que se encuentran a 15, 30 y 50 minutos del cantón Cumandá, (Luis Antonio) al igual que restaurantes (Ceviches de Cumandá), bares y Operadores Turísticos (Bucay Adventures)	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada <b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema Interconectado <b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozos sépticos.	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Rio Chimbo General Antonio Elizalde (Bucay) Cumandá	<b>10.2 Distancia:</b> 10 km 13 km 13km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		23
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<p>Jerarquía I</p> <p>Lo cual implica que el atractivo identificado posee rasgo llamativo, pero aun no es capaz de llamar la atención al turista, es por ello que se debe mejorar el sistema de senderos, señalética, servicios de guianza, publicidad, etc.; lo cual permitirá la visita de turistas de larga distancia, ya sea del mercado interno, receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas. A su vez estos mejoramientos van a permitir al atractivo subir de categoría.</p>		



Tabla 12 Río Azul

10. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Paul Aucancela	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Carlos Ricaurte Yépez	1.4 Fecha: 02 de Enero de 2016
1.5 Nombre del Atractivo: RIO AZUL	
1.6 Categoría: Sitios Naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Riachuelos o Arroyo	
	
Foto 10 Río Azul Por: Paul Aucancela	
11. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Chimborazo	2.2 Ciudad y/o Cantón: Cumandá
2.3 Parroquia: Cumandá	2.4 Recinto: Suncamal
2.5 Coordinadas: X: 707394	Y: 9756531
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
San Vicente	3 km
Bucay	9 km
Cumandá	9 km
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.	
4.1 Altitud: 1000 m.s.n.m-200m.s. n.m	
4.2 Temperatura: 20-32°C	
4.3 Precipitación Pluviométrica 1000mm - 2000m	

#### **11.4 Ubicación del Atractivo.**

El Río Azul se encuentra ubicado en el recinto San Vicente a 9 km del cantón Cumandá y General Antonio Elizalde, se puede ir en carro con dirección al recinto San Vicente a 20 minutos aproximadamente.

#### **4.5 Descripción del atractivo**

El río Azul nace o se forma en el estero del mismo nombre y en el estero dormido, para desembocar en el río Chanchan, durante el recorrido se puede apreciar vegetaciones como orquídeas y animales como las guatusas, el color de sus aguas son cristalinas porque desciende unos 1000 metros de la parte más alta.

#### **4.6 Atractivos individuales que lo conforman:**

En este sector se pudo observar la avifauna, entre la cual se destacan las siguientes especies: Gavilán (*Buteo sp.*), Halcón reidor (*Herpetotheres cachinnans*), Halcón (*Falco sparverius*), Pava (*Penelope montagnii*), Paloma (*Columba fasciata*), Guanta (*Agouti paca*), Guatusa (*Dasyprocta cristata*), Armadillo (*Dasyprocta novemcinctus*), Ardilla (*Sciurus sp.*).

La mayor parte de la vegetación del sector está constituida por especies naturales y algunas cultivadas tales como: caña (*Saccharu officinales*), Naranja (*Citrus aurantium*), en lo que tiene que ver con las especies maderables tenemos: cedro (*cedrela montana*), Fernán Sánchez (*Triplaris guayaquilensis*), laurel (*Laurus nobilis*), guayacán (*Tabebuia caryocarpa*), entre otra

#### **4.7 Permisos y Restricciones**

El Río Azul se puede ingresar durante todo el año pero en época de lluvia es un poco difícil.

#### **4.8 Usos**

##### **4.8.1 Usos Actuales**

En la actualidad el río Zurucay es utilizado para la realización de pequeñas caminatas por sus orillas.

##### **4.8.2 Usos Potenciales**

- ✚ Recreación
- ✚ Fotografía
- ✚ Observación de Flora y Fauna

##### **4.8.3 Necesidades turísticas**

- ✚ Diseño y construcción de senderos
- ✚ Señalización Turística
- ✚ Estudio de impactos ambientales o un Plan de Manejo.

#### **4.9 Impactos**


##### **4.9.1 Impactos positivos**

- ✚ Llegada de turistas Nacionales
- ✚ Ingresos económicos al Recinto local
- ✚ Generación de empleo o fuentes de trabajo
- ✚ Conservación del Río y Manejo adecuado de sus vertientes naturales

##### **4.9.2 Impactos negativos**

- ✚ Contaminación del agua
- ✚ Acumulación de Basura



 Alteración del ecosistema del lugar	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> conservado	
<b>5.2 Causas:</b> El color de las aguas, no se observa que está en proceso de contaminación por lo que la población ha estado tomando en cuenta el cuidado de las cuencas hidrográficas.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Sin intervención	
<b>6.2 Causas:</b> Existen hogares que se encuentran ubicadas durante el trascurso del río, pero son pocas las familias, mientras que en la mayoría de trayecto del río no se encuentra en contacto con las familias aledañas y por esta razón se encuentra conservada la fuente natural.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre <b>7.3 Estado de Vías:</b> Regular <b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días	<b>7.2 Subtipo:</b> Lastrado, chaquiñan <b>7.4 Transporte:</b> Automóvil, Camionetas. <b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> Todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b> Se recomienda usar ropa y zapatos adecuados para caminar, así como también gorra y bloqueador solar.	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Podemos encontrar en el sector servicios turísticos de alimentación, hospedaje y guianza como.  Hosterías, hoteles y hostales que se encuentran a 15, 30 y 50 minutos del cantón Cumandá, (Luis Antonio) al igual que restaurantes (Ceviches de Cumandá), bares y Operadores Turísticos (Bucay Adventures)	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b> Entubada <b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Sistema Interconectado <b>9.3 Alcantarillado:</b> Pozos sépticos.	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b> Suncamal General Antonio Elizalde (Bucay) Cumandá	<b>10.2 Distancia:</b> 5 km 9km 9km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>11.1 Difusión:</b> Local	

<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<p><b>Jerarquía I</b></p> <p>Lo cual implica que el atractivo identificado posee rasgo llamativo, pero aun no es capaz de llamar la atención al turista, es por ello que se debe mejorar el sistema de senderos, señalética, servicios de guianza, publicidad, etc.; lo cual permitirá la visita de turistas de larga distancia, ya sea del mercado interno, receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas. A su vez estos mejoramientos van a permitir al atractivo subir de categoría.</p>		

**Tabla 13 Recursos Hídricos.**

N°	ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
1	Río Chimbo	Sitio Natural	Ríos	Rápidos o Raudales	II
2	Río Chanchan	Sitio Natural	Ríos	Rápidos o Raudales	II
3	Río Blanco	Sitio Natural	Ríos	Riachuelos o Arroyo	I
4	Río San Pablo	Sitio Natural	Ríos	Rápidos o Raudales	II
5	Río La Lucía	Sitio Natural	Ríos	Riachuelos o Arroyo	I
6	Río Chilicay	Sitio Natural	Ríos	Riachuelos o Arroyo	I
7	Río El Rosario	Sitio Natural	Ríos	Riachuelos o Arroyo	I
8	Río Zurucay	Sitio Natural	Ríos	Riachuelos o Arroyo	I
9	Río Mayahuán	Sitio Natural	Ríos	Riachuelos o Arroyo	I
10	Río Azul	Sitio Natural	Ríos	Riachuelos o Arroyo	I

#### **4. Declaración de la Imagen del Cantón Cumandá**

De acuerdo a Carina Elizabeth Huaraca Calderón en su trabajo de titulación en el año 2012, Diseño de un Sistema de Señalética Turística, menciona que el Cantón Cumandá está conformado por 21 atractivos turísticos que corresponde con el 36% de atractivos naturales entre cascadas, lagunas y ríos, de los cual el 8% corresponde solo a ríos.

El Cantón Cumandá está conformado por 10 ríos aproximadamente, el 30% son rápidos o raudales, de los cuales un río es extenso en las dos épocas del año (Río Chimbo) y 2 crecen su caudal en invierno (Río Chancha, Río San Pablo), mientras que el 70% corresponde a riachuelos o arroyos tales como: Río Blanco, La Lucía, Chilicay, El Rosario, Zurucay, Mayahuán y Azul.

El estado de conservación en que se encuentran a la fecha de enero del 2016 es: conservados 50% y en proceso de deterioro el 30%, en proceso de recuperación 20% mientras que el estado del entorno es: Sin intervención 40%, semi-intervenido el 50%, e intervenido 10 %.

En cuanto a la jerarquía de los atractivos naturales, de tipo río, el 30 % es de jerarquía II, el 70% pertenecen a la jerarquía I.

#### ***Cumandá***

***“Pequeño paraíso, de aventura, descanso y diversión, sitio donde se junta la adrenalina y la seguridad “***

**B. Diseñar una herramienta metodológica para categorizar los ríos en donde se desarrolle el deporte o la práctica del Rafting.**

**1. Cálculo del Caudal**

Para Robert L. Mott en su libro publicado en el año 2006, de Mecánica de Fluidos en el capítulo 14, 6ta edición menciona que se debe calcular:

Los métodos que se emplean para aforar el agua, están basados en la determinación del área, perímetro (perímetro mojado) de la sección transversal y la velocidad. Para ello se utilizara la fórmula de Robert Mott

Formula del caudal del río es:

$$Q=A*V \text{ (1)}$$

Dónde:  $Q$ =Caudal o Gasto ( $m^3/s$ )

$A$ =Área de la sección transversal ( $m^2$ )

$V$ =Velocidad media del agua en el punto ( $m/S$ )

**Primero**

Debemos medir la velocidad.

**a. Cálculo de la velocidad**

Para el cálculo de la velocidad del río, debemos medir 10 m de longitud a un costado (lado derecho o izquierdo) posteriormente, debemos lanzar una esfera de espuma Flex, en donde debemos cronometrar el tiempo en que se demora en recorrer los 10m de longitud, este procedimiento lo repetimos 5 veces, para poder obtener una media.

La fórmula para calcular la velocidad es:

$$v = \frac{d}{t} \longrightarrow t = \frac{d}{v}$$

Velocidad:  $v= d/t$

Tiempo:  $t=d/v$

Distancia:  $d= (t)(v)$

### 1) Inicio de la sección, sector San Pablo

Ancho del río: 12 m

Velocidad

**Tabla 14 Cálculo de la velocidad sección (San Pablo)**

Longitud (m)	Tiempo (s)	Velocidad (m/s)
10	5,00	2
10	5,01	1,99
10	5,03	1,98
10	5,01	1,99
10	5,02	1,99
Promedio de V =		1,99m/s

### 2) Sector Puente la Cruz del Hueso

Ancho del río: 11m

Velocidad

**Tabla 15 Cálculo de la velocidad sección ( Cruz del Hueso)**

Longitud (m)	Tiempo (s)	Velocidad (m/s)
10	5,10	1,96
10	5,12	1,95
10	5,14	1,94
10	5,12	1,95
10	5,10	1,96
Promedio de V =		1,95m/s

### 3) Sector, El Malecón

Ancho del río: 15m

Velocidad

**Tabla 16 Cálculo de la Velocidad Sección ( El Malecón)**

Longitud (m)	Tiempo (s)	Velocidad (m/s)
10	5,20	1,92
10	5,40	1,85
10	5,32	1,87
10	5,29	1,89
10	5,60	1,78
Promedio de V =		1,862m/s

#### b. Calculo del Área y del Perímetro

##### 1) Obtención de Puntos

Para calcular el área procedemos a medir las alturas medias del río, estas medidas se realizaran cada metro, pero si la corriente es demasiado fuerte, se debe medir las alturas medias de forma diferente, las mediciones de las alturas medias se lo realiza con una barra marcada cada 10 cm sosteniendo lo más vertical posible, desde un puente cada metro, esta fórmula no muy exacta de medición fue concebida debido a la peligrosidad del río, por las crecidas que tubo a causa de días lluviosos.

Posteriormente se ingresó los datos en **AutoCAD**

**Tabla 17 Alturas medias, Río Chimbo**

Ancho (m)	Y (m)
1,00	0,30
2,00	0,50
3,00	0,90
4,00	1,80
5,00	2,00



Tomando en cuenta que el ancho del río es de 15m se consideraron tomar cada punto 1 m obteniendo estos resultados:

Límite inferior: 0,30m

Límite Superior: 3,10m

6,00	2,75
7,00	2,76
8,00	2,80
9,00	2,82
10,00	2,95
11,00	3,00
12,00	3,10
13,00	1,50
14,00	1,00
15,00	0,50

Área: 29,13 m<sup>2</sup>

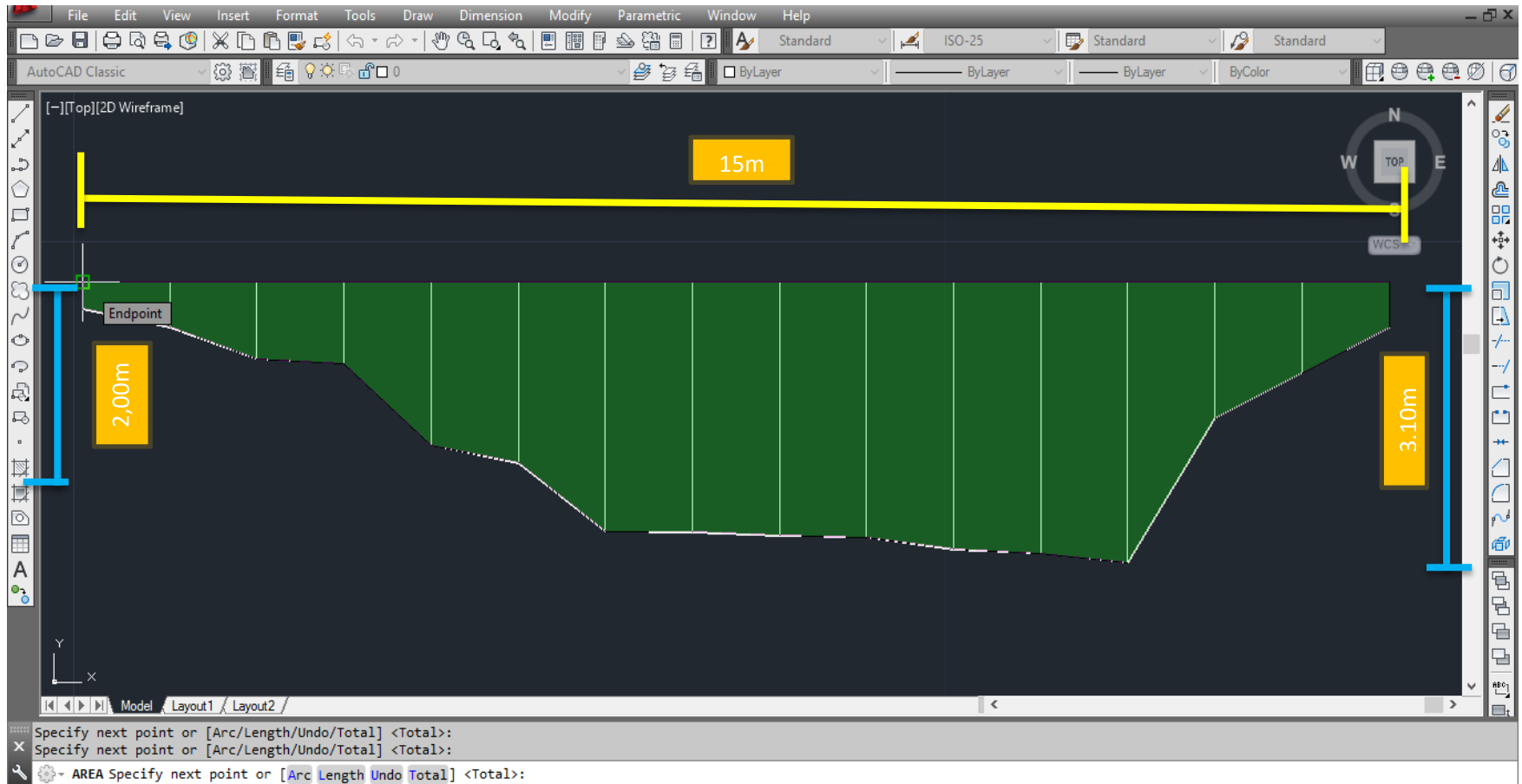
Perímetro: 32,63 m

### Gráfico 1 Cálculo del Área-Perímetro



El área y el perímetro se calculan automáticamente uniendo todos los puntos: Área: 29,13 m<sup>2</sup>, Perímetro: 32,63 m

**Gráfico 2** Unión de Puntos para la obtención del Área y del perímetro

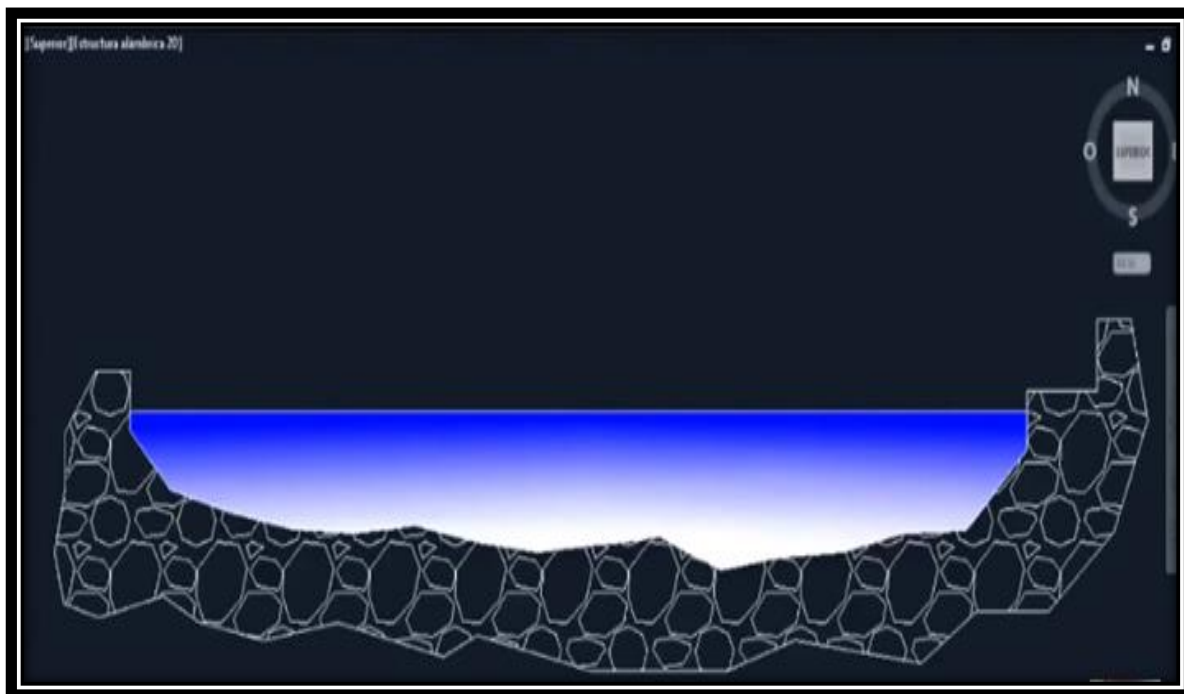


**Elaborado:** Paul Aucancela



## 2) Perímetro Mojado

**Gráfico 3** Perímetro Mojado



Para determinar el perímetro mojado debemos restar el ancho del río:

Mediante la obtención de las medidas del perímetro mediante el AutoCAD obtuvimos un perímetro total debemos restar los 15m que media el Ancho del Río Para la cual vamos a remplazar los valores en las siguiente formula.

Datos:

$P_t = 32,63$

$A = 29,13$

Ancho= 15m

$P_m = P - \text{ancho}$

$P_m = 32,13\text{m} - 15\text{m}$

$P_m = 17,63$

### c. Cálculo del Caudal del Río Chimbo

Después de haber obtenido, el área y la velocidad se procederán a remplazar datos y calcular.

Formula.

$$Q=A*V \text{ (1)}$$

#### 1) Sector, San Pablo

Datos.

$$A= 29,13 \text{ m}^2$$

$$V= 1,99\text{m/s}$$

$$Q=29,13 \text{ m}^2*1,99 \text{ m/s}= \mathbf{57,96 \text{ m}^3/\text{s}}$$

#### 2) Sector, Puente la Cruz del Hueso

Datos.

$$A= 29,13 \text{ m}^2$$

$$V= 1,95\text{m/s}$$

$$Q=29,13 \text{ m}^2*1,95 \text{ m/s}= \mathbf{56,80 \text{ m}^3/\text{s}}$$

#### 3) Sector, El Malecón

Datos.

$$A= 29,13 \text{ m}^2$$

$$V= 1,862\text{m/s}$$

$$Q=29,13 \text{ m}^2*1,862 \text{ m/s}= \mathbf{54.24 \text{ m}^3/\text{s}}$$

#### d. Gradiente altitudinal o pendiente

Para determinar la gradiente altitudinal hay que considerar las alturas máximas y mínima durante los recorridos de las diferentes secciones.

##### 1) Sección 1 (Rio Blanco)

La gradiente altitudinal desde Rio Blanco al Malecón de General Antonio Elizalde es:

Rio Blanco: 280 m.s.n.m.

Malecón: 230 m.s.n.m.

$$280\text{m}-230\text{m}= 50\text{m}.$$

*Inicio*

280m

*Fin*

230m

##### 2) Sección 2 (San Pablo)

La gradiente altitudinal desde San Pablo al Puente de Chaguayacu es:

San Pablo: 904 m.s.n.m

Chaguayacu: 814 m.s.n.m

$$904\text{ m}-814\text{m}= 90\text{m}$$

*Inicio*

904m

*Fin*

814m

### e. Categorización de Ríos

Para la IRF (*Internacional Rafting Federation*), como también América White Water. Los ríos son calificados por niveles o clases del 1-6.



### f. Graduación de Ríos

#### 1) Grado I: Fácil.

- ✚ **Corriente:** El agua se mueve lenta y regularmente sobre un lecho con poco desnivel.
- ✚ **Rápidos:** Las olas son pequeñas. Hay pocas y simples obstrucciones.
- ✚ **Habilidades requeridas:** Si bien es fácil guiar estas secciones, se requiere el dominio de las técnicas básicas.
- ✚ **Seguridad:** El riesgo de caerse es bajo. El auto rescate es fácil.

#### 2) Grado II: Principiante.

- ✚ **Corriente:** el agua se mueve por anchos y claros canales. Si bien la corriente es irregular, los rápidos son evidentes sin necesidad de explorarlos antes.

- ✚ **Habilidades requeridas:** Se requieren maniobras ocasionales, pero las dificultades son fáciles de evitar.
- ✚ **Rápidos:** Hay olas irregulares pero no son grandes ni fuertes. Hay eddies e hidráulicos pequeños.
- ✚ **Seguridad:** Los nadadores rara vez se lastiman. La asistencia grupal y pedidos de auxilio generalmente no son necesarios. Estos dos primeros grados son ideales para aprender los fundamentos de la navegación.

### 3) Grado III: Intermedio.

Los rápidos tienen olas moderadas e irregulares que pueden ser difíciles de esquivar.

- ✚ **Corriente:** corrientes rápidas e irregulares con numerosas obstrucciones pero con rutas opcionales y reconocibles.
- ✚ **Habilidades requeridas:** se requieren complejas maniobras en corrientes rápidas y buen control del bote para pasar por lugares estrechos o para rodear obstáculos. El guía debe dominar las técnicas de rescate.
- ✚ **Rápidos:** Los rápidos tienen grandes con olas grandes e irregulares y variados obstáculos. Pueden ser evitados o superados con facilidad, aunque algunos presentan mayor dificultad, pasando cerca de ellos.
- ✚ **Seguridad:** Daños en los nadadores, los auto-rescate es usualmente fácil, pero asistencia grupal puede ser requerida para evitar que un nadador nade mucho.

### 4) Grado IV: Avanzado

- ✚ **Corrientes:** rápidas y muy irregulares con muchas rocas obstruyendo el camino y rutas no siempre reconocibles.
- ✚ **Habilidades requeridas:** es imprescindible el preciso manejo en aguas turbulentas. Se requieren rápidas maniobras bajo presión. Saber ingresar rápidamente en eddies es muy importante para explorar el rápido o descansar. La línea es difícil de llevar inclusive para buenos guías.

- ✚ **Rápidos:** son intensos, poderosos y continuos pero predecibles. Dependiendo del río pueden haber grandes olas, con rocas, pasajes angostos y grandes huecos. Los rápidos requieren moverse rápidamente porque hay peligros acechantes.
- ✚ **Seguridad:** La exploración es necesaria para el primer descenso o con variaciones de caudal. El riesgo de daño para nadadores es moderado a alto y las condiciones del agua pueden hacer difícil el auto-rescate. Rescate grupal y apoyo desde la orilla es esencial, pero requiere entrenamiento y buen dominio de las técnicas de rescate.

## 5) Grado V: Expertos

- ✚ **Corrientes:** Muy rápidas, irregulares o muy largas. Son complejas debido a la cantidad de peligros que hay que evitar.
- ✚ **Habilidades:** Excelente dominio de todos los elementos del rafting, seguridad y rescate. Los rápidos pueden ser muy largos demandando buen estado físico. Todo el grupo debe tener experiencia. Mantener la línea elegida de descenso es muy complicado, requiriendo excelente dominio de las técnicas y mucho control personal.
- ✚ **Rápidos:** Son extremadamente largos, obstruidos o muy violentos que exponen a los remadores a grandes peligros. Hay grandes olas, stoppers y huecos. También pueden ser rápidos cortos con rutas muy complejas. Los eddies que se encuentren pueden ser muy pequeños, turbulentos y difíciles de agarrar. La pendiente es muy pronunciada.
- ✚ **Seguridad:** La exploración desde la orilla es obligatoria pero frecuentemente es complicada. Nadar es peligroso y el rescate es dificultoso inclusive para expertos. Los accesos son difíciles con orillas inexistentes o paredes empinadas y altas. Tener equipamiento apropiado, larga experiencia, muy buen estado físico y práctica de técnicas de rescate son esenciales para sobrevivir. Asistencia desde la orilla son la norma.

## 6) Grado VI: Extremo

- ✚ Son los extremos de dificultad, impredecibles y mortales. Las consecuencias de un error son muy severas y el rescate puede ser imposible. Es solo para equipos de expertos solamente, con favorables volúmenes o niveles de agua. Se debe comprender exactamente lo que se está

haciendo y tomar todas las precauciones ya que los riesgos son mortales. La exploración personal y el máximo de precauciones son esenciales, pero no aseguran el éxito de la misión. Este nivel no representa caídas que se piensen que son innavegables, pero si incluye rápidos que son navegables ocasionalmente.

- **Edad mínima 12 años** ( Autorización obligatoria de los padres a menores de 18 años de edad)

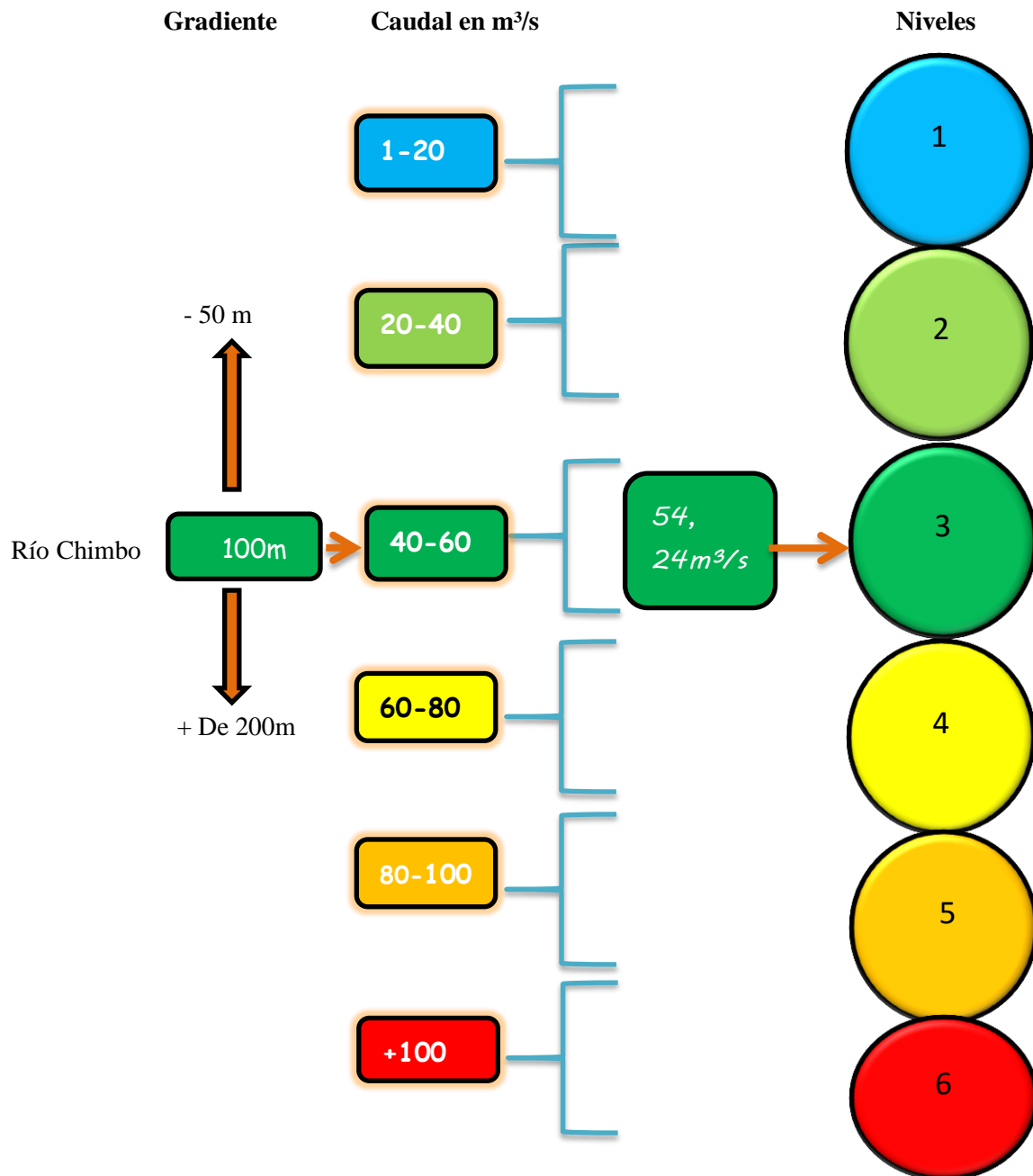
#### **g. Análisis hidrográfico del Río Chimbo**

La obtención de puntos o datos para el cálculo del caudal se tomó en el mes de Agosto del 2015 en época de verano en los sectores como: San Pablo, Cruz del Hueso, Malecón, obteniendo un caudal menor de **57,96 m<sup>3</sup>/s.**

El Río Chimbo en Invierno presenta lluvias continuas con precipitaciones altas, por lo que aumenta la velocidad y el volumen del flujo del río, teniendo un caudal mayor a los **57,96 m<sup>3</sup>/s.**

El cálculo correspondiente para época de invierno ay que realizar una relación con medidas como la profundidad y la velocidad.

**Grafico 1 Evaluación Del caudal y pendiente del Río Chimbo**



El Río Chimbo en la sección Río Blanco se encuentra en el nivel 3, porque su caudal está en el rango de 40- 60  $m^3/s$  con gradientes hasta los 100m, mientras en la sección San Pablo se puede considerar que esta en un nivel 3+ porque existe mayores obstáculos, como piedras y caídas de hasta 1 metro de altura.



## 2. Determinación de los puntos de muestra para la calidad de agua del río Chimbo.

Para la determinación de los puntos de muestreo se tomó en cuenta el objetivo de estudio, los criterios técnicos de selección, accesibilidad y legalidad. Se establecieron tres puntos estratégicos para los análisis respectivos en función de la longitud del río Chimbo y los criterios anteriores, detallándose de la siguiente manera:

### a. Obtención de puntos

#### 1) Punto 001/Recinto Chalhuayacu

- ✓ **Coordenadas:** longitud 79°8'4.79"W; latitud 2°11'56.84"
- ✓ **Altitud:** 841m.s.n.m
- ✓ **Fecha:** 02/04/2016 **Hora:** 8:59 am
- ✓ **Lugar:** Escuela Clemente Yerovi
- ✓ **Tipo de acceso:** Para llegar al punto donde se toman las muestras, se accede por un camino empedrado en condiciones regulares a pie o vehículo privado.
- ✓ **Condiciones del entorno:** Presencia de sol, poco viento y ligeramente nublado.
- ✓ **Cobertura vegetal:** Vegetación arbustiva a los alrededores del predio vegetación arbórea como: *Guadua angustifolia*.
- ✓ **Suelo:** En el lugar del muestra del terreno es arenoso, no tiene ningún uso; fuera del predio donde se tomó las muestras el suelo se utiliza con fines agrícolas asentamientos de viviendas.
- ✓ **Fauna Terrestre:** Ganado vacuno.
- ✓ **Residuos domésticos o industriales:** Presencia de abono orgánico (criaderos de cerdos) 100 m aprox.
- ✓ **Agua. Olor:** Ninguno **Color:** Café **Aspecto:** Turbia; presencia de sólidos en suspensión
- ✓ **Sitios de interés cercano:** Turístico como la Quebrada de Chalhuayacu.

#### 2) Punto 002 Cumandá

- ✓ **Coordenadas:** longitud 79°8'4.79"W; latitud 2°11'56.84
- ✓ **Altitud:** 297 m.s.n.m
- ✓ **Fecha:** 02/04/2016 **Hora:** 10:20 am
- ✓ **Lugar:** Barrio El Recreo-Estación Hidrológica Bucay.
- ✓ **Tipo de acceso:** Para llegar al punto donde se toman las muestras, se accede por un camino lastrado de tercer orden en malas condiciones, a pie o vehículo privado.
- ✓ **Condiciones del entorno:** Presencia de lluvia (garhua) totalmente nublado.
- ✓ **Cobertura vegetal:** Vegetación arbustiva a los alrededores del predio como: *Esquisetum arvense*, *Rubus adenotrichus*.

- ✓ **Suelo:** En la zona están asentadas viviendas
- ✓ **Fauna Terrestre:** Animales domésticos.
- ✓ **Residuos domésticos o industriales:**
- ✓ **Agua. Olor:** Ninguno **Color:** Café oscuro **Aspecto:** Turbia; presencia de sólidos en suspensión
- ✓ **Sitios de interés cercano:** Turístico; Malecón y Estación de ferrocarril Bucay-Prov. Guayas.

### 3) Punto 003 Buenos Aires.

- ✓ **Coordenadas:** longitud 79°10'6.92"W; latitud 2°11'50.19"
- ✓ **Altitud:** 245 m.s.n.m
- ✓ **Fecha:** 02/04/2016 **Hora:** 12:20 pm
- ✓ **Lugar:** Predios del Sr. Moreno
- ✓ **Tipo de acceso:** Se accede por un camino lastrado de tercer orden descendiendo una pendiente aprox. de 200m en malas condiciones, a pie o vehículo privado hasta llegar al punto de muestreo.
- ✓ **Condiciones del entorno:** Nublado.
- ✓ **Cobertura vegetal:** Ninguno Zona de riesgo
- ✓ **Suelo:** Tipo arenoso; piedra de río. Años atrás utilizaban como depósito de desechos orgánicos e inorgánicos, más tarde como cantera para la extracción de piedra bola en la construcción de caminos.
- ✓ **Fauna Terrestre:** A 200 m ganado vacuno.
- ✓ **Residuos domésticos o industriales:** Presencia de abono orgánico a 300m aprox.
- ✓ **Agua. Olor:** Ninguno **Color:** Café oscuro **Aspecto:** Turbia; presencia de sólidos en suspensión
- ✓ **Sitios de interés cercano:** Recinto Buenos Aires a 300 m aprox.

**b. Análisis físico-químico del agua de la microcuenca del Río Chimbo.**

A continuación se detallan nueve parámetros químico orgánico, inorgánico y físicos que permitió determinar el índice de calidad de vida del río Chimbo. Las muestras de agua se analizaron en el laboratorio de análisis técnicos de la facultad de Ciencias-ESPOCH.

**Grafico 2 Análisis Físico-químico del agua de la microcuenca del río Chimbo.**

PARÁMETROS	UNIDADES	VALORES PROMEDIO		
		P1 CHALHUAYACU	P2 CUMANDA BARRIO EL RECREO	P3 BUENOS AIRES
Temperatura	°C	19,70	19,70	19,70
Potencial de Hidrógeno	Und	8,13	8,23	8,46
Oxígeno Disuelto (OD)	mg/l	6,44	6,25	5,96
OD (% Saturación)	%	43,6	38,9	32,3
Fosfato (PO <sub>4</sub> )	mg/l	0,07	0,10	<0,5
Nitratos-Nitrógeno (NO <sub>3</sub> )	mg/l	0,60	0,60	0,60
Conductividad	μS/cm	247,10	266,50	297,00
Salinidad	Ppm	-	-	-
Alcalinidad	Ppm	-	9,47	17,07
Ca ++	mg /l	27,31	28,80	43,35
Mg ++	mg /l	10,21	12,46	12,14
Cr 6+	mg /l	-	<1	-
Pb	mg /l	-	<1	-
Total de Sólidos Disueltos (TSD)	mg/l	158,14	158,14	158,14
Turbidez	NTU	3,14	17,20	5,00
Sólidos en suspensión	mg /l	95,00	169, 50	239,50
Demanda bioquímica de oxígeno (DBO <sub>5</sub> )	mg/l	31,8	31,8	31,8

**Fuente:** Laboratorio de análisis técnico. Facultad de Ciencias. ESPOCH. Marzo 2016.

### c. Análisis microbiológico

Los análisis respectivos se realizaron en el Laboratorio de microbiología de la facultad de Ciencias-ESPOCH; principalmente se estudia la presencia de colonia de coliformes fecales de *Esterinchia coli* en el río Chimbo.

**Tabla 18 Análisis físico-químico de la microcuenca del río Chimbo.**

PARÁMETROS	UNIDADES	VALORES PROMEDIO		
		P1 CHALHUAYACU	P2 CUMANDA BARRIO EL RECREO	P3 BUENOS AIRES
Colonias Coliformes Fecales. E. Coli	UFC/ 100 mL	$2 \times 10^3$	$6 \times 10^3$	$1 \times 10^6$

**Fuente:** Laboratorio de microbiología. Facultad de Ciencias. ESPOCH. Marzo 2016.

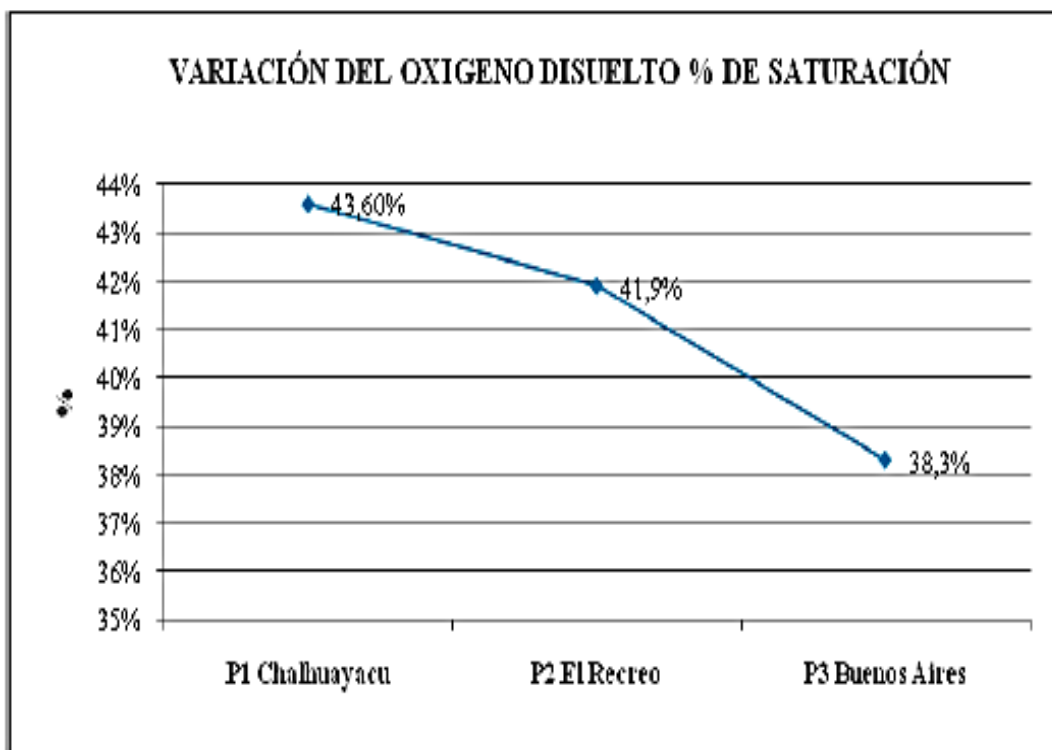
### d. Parámetros para la determinación el índice de calidad de agua-ICA o WQI del río Chimbo

Para la determinar la calidad del agua “ICA” (WQI en inglés) se aplicó la metodología numérica propuesta por Brown et. al. (1973) analizado nueve variables de gran importancia según los resultados emitidos por el laboratorio, para después asignar los pesos específicos ( $W_i$ ) e identificar el subíndice de cada parámetros (Subi). A continuación se analizan cada variable Físico-Químico y Microbiológico de las muestras tomadas en el río Chimbo

### 1) Oxígeno disuelto.

**Tabla 19 Variación de Oxígeno disuelto en % saturación en los puntos de muestreo**

PARÁMETROS	UNIDADES	VALORES PROMEDIO		
		P1	P2	P3
Oxigeno Disuelto	%	43,6	41,9	38,3



El OD se presenta en cantidades variables y bajas en el agua; su contenido depende de la concentración y estabilidad del material orgánico presente, es un factor importante en la auto-purificación de los ríos.

El gráfico indica que el Oxígeno disuelto representa en % de saturación en el río Chimbo, presenta un decrecimiento desde el punto 01 (43.60%) y notablemente en los puntos 02(41.9%) y 03 (38.3%), estos valores, no superan el límite permisible establecido por el TULAS – Texto unificado de Legislación Ambiental y Secundaria. Libro VI Anexo 1. (no menor al 60%). Preservación de

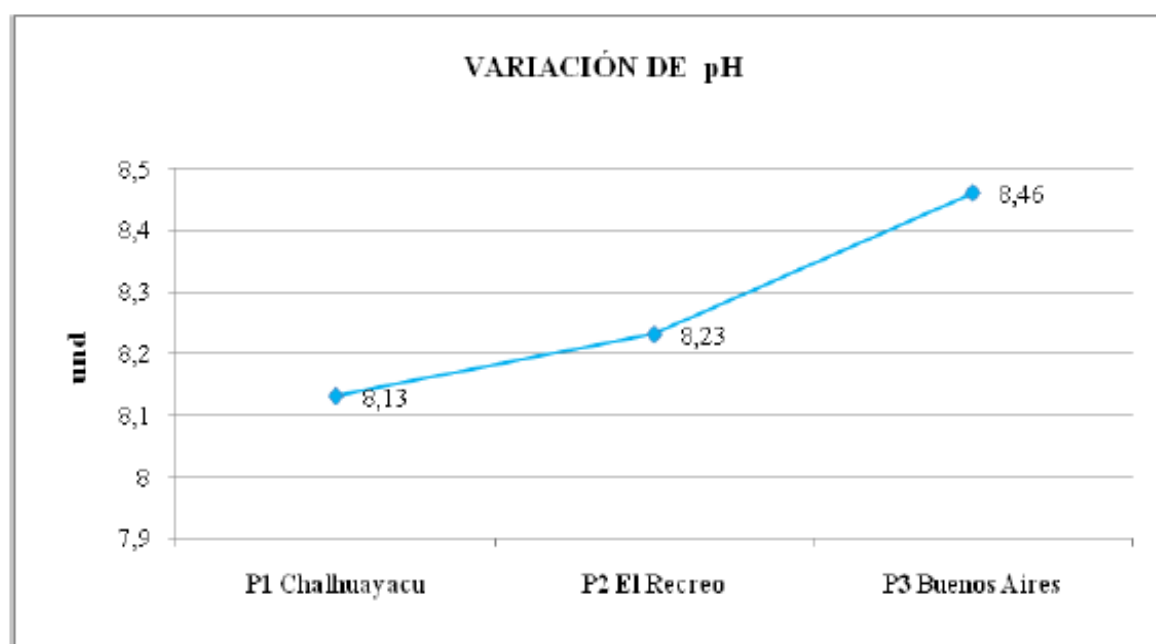
Flora y Fauna, Consumo de Humano y Uso Doméstico. Es decir la presencia de oxígeno disuelto en los tres puntos de muestreo es mínima al 60% debido a agentes de contaminación en el río.

## 2) Potencial de hidrógeno pH

**Tabla 20 Potencial de Hidrógeno pH**

PARÁMETROS	UNIDADES	VALORES PROMEDIO		
		P1	P2	P3
pH	und	8,13	8,23	8,46

**Fuente:** Laboratorio de análisis técnicos. Facultad de Ciencias. ESPOCH



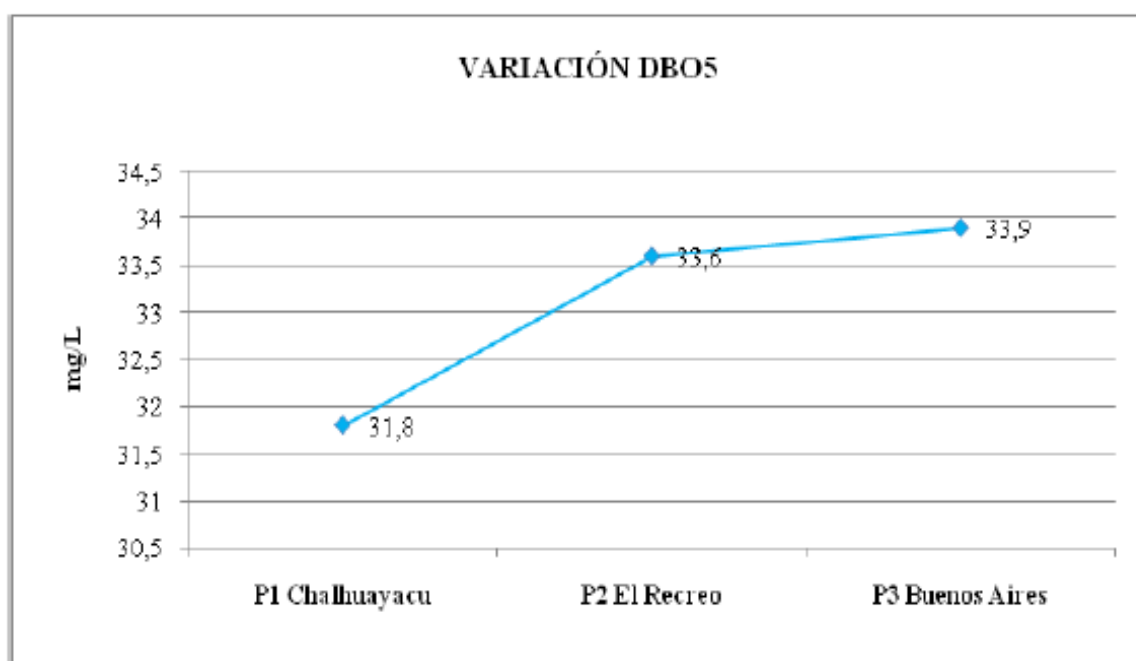
El término pH es una forma de expresar la concentración del Ion hidrógeno o la actividad del Ion hidrógeno. El pH puede afectarse por componentes químicos en el agua, siendo un indicador importante de que el agua está cambiando químicamente.

Los resultados indican que en el punto 03 (sector de Buenos Aires) registra un pH básico de 8.46 debido a que en este sector es el resultado de diversas actividades antrópicas que se desarrollan aguas arriba, sin embargo está dentro de los parámetros normales según la normativa de TULAS (6,5-9 Und) en la preservación de Flora y Fauna.

### 3) Demanda Bioquímica de Oxígeno DBO5

**Tabla 21** Resultados DBO5, en los puntos de muestreo

PARÁMETROS	UNIDADES	VALORES PROMEDIO		
		P1	P2	P3
DBO <sub>5</sub>	mg/l	31,8	33,6	33,9



**Figura N°** Variación de DBO5.Marzo 2016

El DBO5 es uno de los parámetros relevantes que indica la cantidad de oxígeno necesaria para que un determinado microorganismo pueda oxidar la materia orgánica del agua, en condiciones aeróbicas, en un período de cinco días y a 20°C.

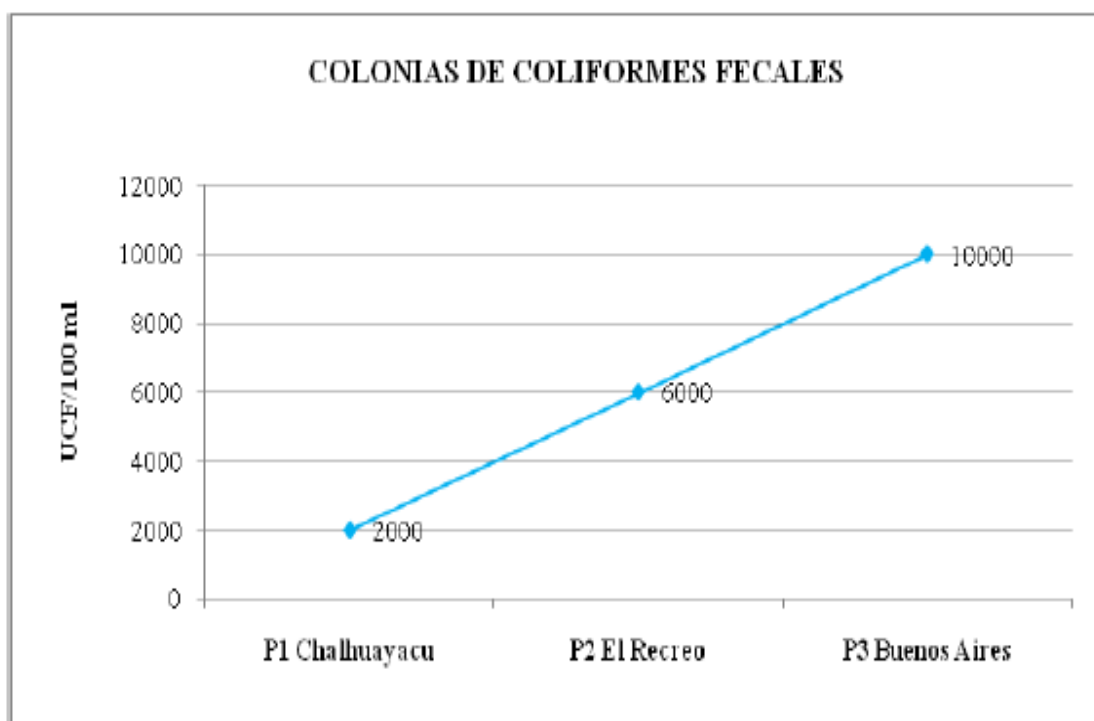
El valor más alto se registra en el punto 03 con una alta concentración de DBO (33. Mg/1) esto indica la gran presencia de microorganismos, bacterias en el río Chimbo por factores antrópicos mencionados anteriormente. En la normativa ambiental según el TULAS Libro VI.

El Límite máximo permisible es 2.0mg/1 para aguas de consumo humano con tratamiento convencional. Por lo tanto se concluye que los valores obtenidos en los tres puntos de muestreo se encuentran fuera del límite permisible debido a la fuerte contaminación del agua.

#### 4) Coliformes fecales.

**Tabla 22 Resultado de Coliformes fecales en los puntos de muestreo.**

PARÁMETROS	UNIDADES	VALORES PROMEDIO		
		P1	P2	P3
Colonias Coliformes	UFC/ 100 mL	$2 \times 10^3$	$6 \times 10^3$	$1 \times 10^4$
Fecales. E. Coli				



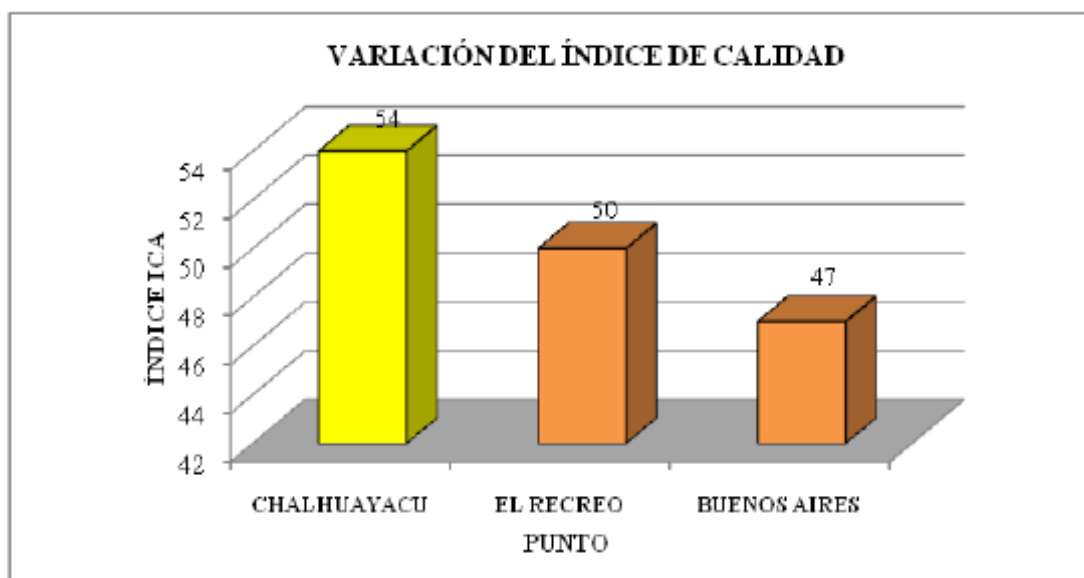
**Figura N°** Variación de UCF .Marzo 2016

La presencia de unidades formadoras de Coliformes es evidente, valor que se incrementa en el punto 03 llegando a 10000 UCF por cada 100 ml de E Coli, esto se origina con la implementación de criaderos de cerdos en todo el cantón Cumandá, adicionando las descargas de aguas contaminadas provenientes del Cantón Bucay (prov. Guayas). Por estas razones no es apta para consumo humano, o realizar algún tipo de actividades recreativa en el río Chimbo.



**Tabla 23** Resumen del índice de calidad del agua "ICA" en los tres puntos de muestreo río Chimbo

PUNTOS	ICA	DESCRIPCIÓN	COLOR
01 CHALHUAYACU	54	MEDIO	
02 EL RECREO	50	MALO	
03 BUENOS AIRES	47	MALO	



**Figura N°** Variación de WQI en el río Chimbo.

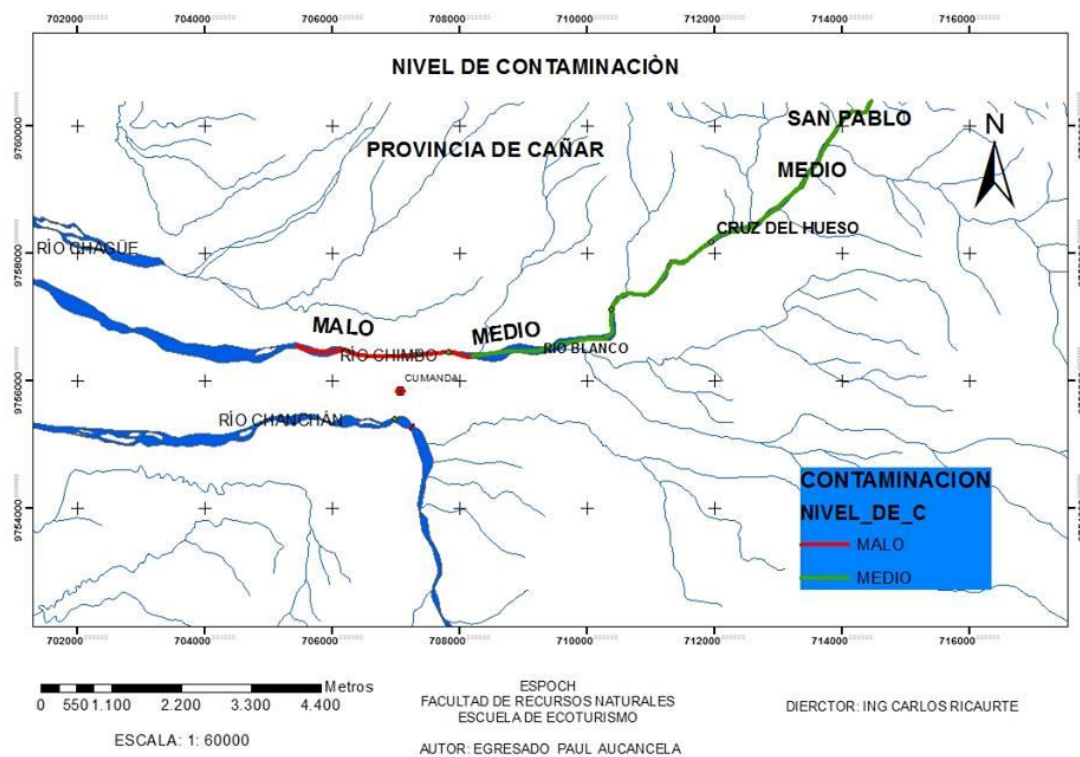
Se evidencia los resultados del índice de Calidad del Agua en los diferentes puntos de muestreo, los cuales se obtuvieron del análisis de parámetros físico-químicos (oxígeno disuelto en % de saturación, pH, DBO5, °C, fosfatos, nitratos, turbidez y sólidos totales) y microbiológicos (Coliformes fecales) que se realizaron durante el transcurso del levantamiento de la línea base para la Microcuenca del río Chimbo.

Los valores promedios dan como resultado que el agua del río Chimbo a lo largo de la microcuenca se encuentra en un índice de Calidad MALA, cuyo rango es de 26-50 comprendiendo los puntos Barrio El Recreo y Buenos Aires, el punto chalhuayacu registra que en el agua del río es de calidad MEDIO, cuyo rango es de 51-70 debido a que no existe factores de contaminación crítico como es el caso de los anteriores puntos

En función de los resultados "ICA" se analizó el uso del agua y se tiene los siguientes criterios: en consumo del agua potable corresponde a la escala de aguas fuertemente contaminadas y que

necesitan un tratamiento de purificación indispensable en el Punto 02 y 03; y la escala de contaminadas lo cual es dudoso para consumo en Punto 01, en pesca y vida acuática es inaceptable para realizar actividades de pesca (Punto 02 y 03) y para actividades recreativas (natación, baño) el grado de contaminación es visible y en lo posible evitar contacto directo (Punto 02 y 03) posible evitar contacto directo (Punto 02 y 03) posiblemente un contacto secundario como deportes de aventura en el Punto 01.

**Mapa 1** Nivel de contaminación

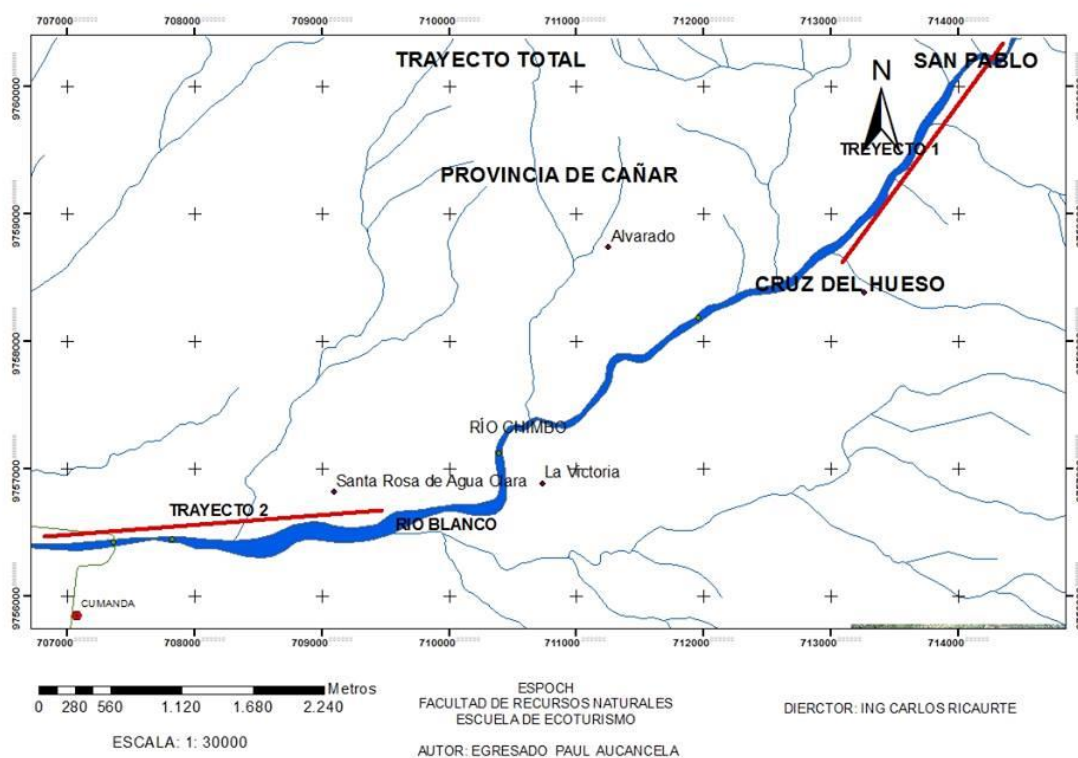


### C. Establecer el estudio técnico para implementar el Rafting en los ríos del Cantón Cumandá.

De acuerdo en el art. 71 del reglamento de operación de turismo de aventura, en la modalidad rafting, menciona que esta actividad, consiste en navegar ríos de aguas blancas en una balsa inflable tipo “raft”, sin otro medio de propulsión y control de la embarcación que es generado por los mismos navegantes con el empleo de remos.

#### 1. Sitios

De acuerdo al análisis obtenido del diseño de la metodología de calificación de ríos en combinación con el cálculo de caudal, y por medio de salidas de campo con descensos en el bote, se pudieron determinar los lugares donde se implementara la actividad de Rafting las cuales son:

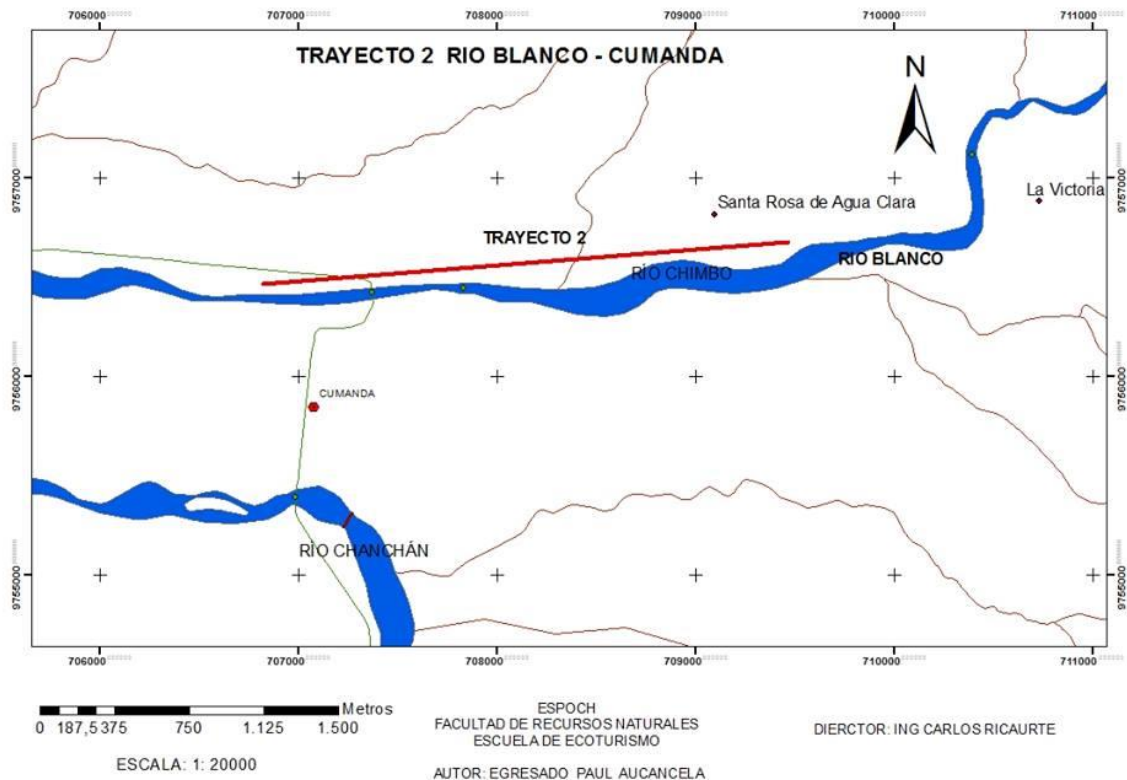


### a. En el Río Chimbo

En este Río se puede realizar Rafting en dos secciones diferentes

#### 1) Sección Río Blanco, nivel 3 (Todo el año)

**Mapa 2** Sección Río Blanco



El lugar donde se implementará la actividad de Rafting es conocido como Río Blanco, a 8 minutos del cantón Cumandá vía Pallatanga, que se encuentra en la conexión o en la desembocadura del Río Blanco con el Río Chimbo.

Durante el recorrido en el río, se desciende desde los 280 m que tiene el punto de inicio, hasta los 230m aproximadamente. Su recorrido cruza por recintos como Santa Rosa, Río Blanco y por los cantones de Cumandá y General Antonio Elizalde (Bucay), hasta llegar a sector del Malecón, su recorrido es de 4 km que se lo puede hacer en 30, 45 minutos aproximadamente dependiendo de la época del año (velocidad del agua)

### **a) Características Técnicas**

#### **Altura**

En la sección de Río Blanco el punto más alto, está a 280m hasta descender por las gradientes altitudinales del Rio Chimbo y finalizando en el punto más bajo del recorrido a los 230 m

#### **Distancia**

La distancia total desde el punto de partida, es de 4 km aproximadamente, con un tiempo de 30 minutos en época de invierno y 45 minutos en época de verano

#### **Recorrido**

Durante el recorrido de la sección, se descende por la parte con más concentración de agua con un ancho aproximado de 12 a 20 metros, no se transita por cañones ni tampoco por caídas de agua (cascadas).

## 2) Sección San Pablo, nivel 3+

**Mapa 3** Sección San Pablo



La sección de Rafting de San Pablo se encuentra ubicado en el recinto del mismo nombre a 35 minutos de Cumandá vía a Pallatanga, en la conexión del río San Pablo con el Río Chimbo.

Durante su recorrido se desciende desde los 904 m que tiene el punto de inicio hasta los 814 m aproximadamente. Su recorrido cruza por recintos como: San Pablo, Cruz del hueso, Chalguyacu, hasta llegar al sector de El puente de Chalguyacu, su recorrido es de 6 km que se lo puede hacer en 1 hora aproximadamente dependiendo de la corriente del río.

### **a) Características Técnicas**

#### **Altura**

En la sección de San Pablo el punto más alto, está a 904 m hasta descender por las gradientes altitudinales del Rio Chimbo y finalizando en el punto más bajo del recorrido a los 814 m

#### **Distancia**

La distancia total desde el punto de partida, es de 7 km aproximadamente, con un tiempo de 1 hora en época de invierno y 1h20 minutos en época de verano.

#### **Recorrido**

Durante el recorrido de la sección, se desciende por la parte con menos concentración de agua con un ancho aproximado de 9 a 15 metros, en este recorrido se transita por cañones (cañón de la cruz del hueso) y también por caídas de agua de 1 metro aproximadamente.



## 2. Equipamiento para la práctica de Rafting.

### a. Equipos

De acuerdo en el artículo 71, sección 6, del reglamento de operación de turismo de aventura, modalidad rafting, publicada el 8 de enero del 2014, según consta en el registro oficial N° 858, en conjunto con la propuesta de la norma técnica de turismo de aventura rafting y finalmente con los lineamientos para el desarrollo seguro de práctica de rafting, por parte de la IRF (Federación Internacional de Rafting) mencionan que deben tener los siguientes equipos:

#### 1) Equipo Principal



Excelencia en calidad

**Tabla 24** Equipos

La IRF ( <i>La Federación Internacional de Rafting</i> ) recomienda estos equipos				
EQUIPOS	Gráfico	Marcas	Product Reviews	Características
Raft	  	NRS	★★★★★	Cómodo Resistente Inestable Recreativo Rapido Ligero
		AIRE	★★★★★	Rompe las olas fácilmente



## 2) Equipo para turista.




Tabla 25 Equipo para Turistas







La IRF (La Federación Internacional de Rafting) recomienda estos equipos				
EQUIPOS	Gráfico	Marcas	Product Reviews USCG	Características
Chaleco salvavidas		NRS	★★★★★	Cómodo Ligero Ajustable Durable
Casco para Rafting		Surf protec	★★★★★	Cómodo Ligero Resistente seguro
Remos (paddles)		NRS	★★★★★	Eje cómodo resistente Buen control Semi frexible

<p>Ropa térmica (chaqueta, pantalones o traje de neopreno, wetsuit) en caso de que la temperatura del agua o ambiente lo justifique</p>		<p>NRS</p>		<p>Cómodo Ligero Resistente Caliente Impermeable Aa prueba de viento</p>
<p>Pantalóneta</p>		<p>Under Armour</p>		<p>Cómodo Resistente Ligero  Rapido secado</p>
<p>Calzado adecuado</p>		<p>VENUS  NRS</p>	  	<p>Cómodo Resistente Ligero Economicos  CÓMODO Resistente Ligero</p>

### 3) Equipo del guía.





**Tabla 26** Equipo del Guía

La IRF ( <i>La Federación Internacional de Rafting</i> ) recomienda estos equipos				
EQUIPOS	Gráfico	Marcas	Product Reviews	características
Chaleco salvavidas		NRS ASTRAL	★★★★★	Cómodo Ligero Ajustable Durable
Casco para Rafting 		STRUTER SWEET  Green army	★★★★★	Cómodo Ligero Resistente seguro
Remos (paddles)		NRS	★★★★★	Eje cómodo resistente Buen control Semi flexible
Un flipline		NRS	★★★★★	Resistente Fuerte Facil maniobra

Navaja de río		NRS	★★★★★	Seguro Resistente Filoso
Pito o silbato		NRS	★★★★★	Sonido alto Resistente Facil de llevar
Dos mosquetones		NRS Petzl	★★★★★	Resistente Fuerte Facil de abrir simple
Bolsa seca o dry bag		NRS	★★★★★	Facil de llevar Buena capacidad Impermeble
Ropa térmica (chaqueta, pantalones o traje de neopreno, wetsuit) en caso de que la temperatura del agua o ambiente lo justifique		NRS Under Armour	★★★★★	Cómodo Ligero Resistente Caliente Impermeble Aa prueba de viento
Calzado adecuado		Astral	★★★★★	Cómodo Resistente Ligero





#### 4) Equipo colectivo.

**Tabla 27** Equipo Colectivo.

La IRF ( <i>La Federación Internacional de Rafting</i> ) recomienda estos equipos				
EQUIPOS	Gráfico	Marcas	Product Reviews	características
Remo de reserva		NRS	★★★★★	Cómodo Ligero Durable Semi Flexible
Bolsa de rescate con quince metros de cuerda y flotador (minimo):una por cada bote		Surf Protec	★★★★★	Ligero Resistente al agua seguro 20 m
Botiquín de primeros auxilios		NRS	★★★★★	resistente Buen control Facil de llevar Impermeable
Inflador o bomba (uno por grupo de rafts)		NRS Under Armour	★★★★★	Ligero Resistente Facil uso

## 5) Equipo complementario

**Tabla 28** Equipo Complementario

La IRF (La Federación Internacional de Rafting) recomienda estos equipos				
EQUIPOS	Gráfico	Marcas	Product Reviews	características
Dos mosquetones con seguro		NRS Petzl	★★★★★	Cómodo Ligero Durable Resistente Seguro
Dos mosquetones sin seguro		NRS Petzl	★★★★★	Cómodo Ligero Resistente Seguro
Dos poleas de por lo menos 1000kg de resistencia		NRS Petzl	★★★★★	Resistente Buen control Simple Facil uso Seguro
Cuerda		NRS	★★★★★	Cómodo Ligero Resistente l agua 25 metros de cuerda

Dos cordinos (7mm)		NRS Petzl		Cómodo Resistente Ligero Seguro
Cinta tubulares de dos a cinco metros cada una		Petzl		Cómodo Resistente Ligero Seguro

## 6) Equipo extra

Tabla 29 Equipo Extra

La IRF ( <i>La Federación Internacional de Rafting</i> ) recomienda estos equipos				
EQUIPOS	Gráfico	Marcas	Product Reviews	características
Cámara de video (para uso del guía de rafting)		GoPro		Cómodo Ligero Durable Resistente Seguro
Cámara (Para el uso del kayakero)		Pentax		Cómodo Ligero Resistente Seguro



## 7) Equipo para el Safety kayaking

**Tabla 30** Equipo para el Safety Kayaking

La IRF ( <i>La Federación Internacional de Rafting</i> ) recomienda estos equipos				
EQUIPOS	Gráfico	Marcas	Product Reviews	características
Kayak de río		NRS	★★★★★	Cómodo Ligero Durable Semi Flexible
Cascos		NRS WRSI	★★★★★	Cómodo Ligero Resistente seguro
Remo		NRS	★★★★★	Cómodo Ligero Durable Semi Flexible
Faldón		NRS	★★★★★	resistente Buen control Facil de llevar Impermeable



Bolsa de rescate con quince metros de cuerda y flotador (mínimo): una por cada bote		Surf protec	★★★★★	Ligero Resistente al agua seguro 20 m
Botiquín de primeros auxilios		NRS	★★★★★	resistente Buen control Facil de llevar Impermeable
Mosquetones		NRS  Under Armour	★★★★★	Ligero Resistente Facil uso
Poleas		NRS Petsl	★★★★★	Resistente Buen control Simple Facil uso Seguro
Ropa térmica (chaqueta, pantalones o traje de neopreno, wetsuit) en caso de que la temperatura del agua o ambiente lo justifique		NRS  Under Armour	★★★★★	Comodo Ligero Resistente Caliente Impermeable Aa prueba de viento

Zapatillas		NRS Astral	★★★★★	Cómodo Resistente Ligero
Pito o silbato		NRS	★★★★★	Sonido alto Resistente Facil de llevar
Bolsa seca dry bag		NRS	★★★★★	Facil de llevar Buena capacidad  Impermeble
Towline		NRS	★★★★★	Resistente Facil de llevar Simple
Navaja de Río		NRS	★★★★★	Seguro Resistente Filoso

### 3. Plan de Operación de Rafting

De acuerdo al art. 10 de la Norma Técnica de Turismo de Aventura de la modalidad Rafting menciona que se debe contar con un plan de Operación de la actividad.

#### a. Operación de la actividad

Los guías programados o contratados para la actividad de rafting deberán estar 30 minutos antes de la inicio del tour, con la finalidad de preparar y alistar todos los quipos que se requieren para dicha actividad.

El guía principal tiene la facultad y la obligación de decidir que sección del río cumple con las condiciones más idóneas o adecuadas para el descenso, por lo que se toma en cuenta las condiciones climáticas, accesibilidad y el perfil del turista (niños o tercera edad).

#### 1) Primera etapa

Los guías y kayakeros contratados deben preparar el equipo con relación al número de turistas.



**Foto 11** Agencia Bucay Adventures

### **a) Preparación:**

La primera actividad que se realiza es embarcar los botes en el transporte, después en una bolsa grande se pone los chalecos salvavidas, cuerdas de seguridad y los wetsuit de emergencia, mientras que en otra bolsa se pone los remos y la bomba para poder inflar el bote.

En el instante que comienzan a llegar los turistas se les provee de casco, wetsuit y zapatillas.

Una vez que se haya finalizado de proveer todos los equipos, se llama al transporte con el objetivo de trasladar al punto de inicio del río, llevando la cámara y el contrato de venta del tour para posibles controles.

Durante el recorrido el guía principal o Trip leader emite la bienvenida, presentación y la programación con las actividades a realizarse durante el tour.

## **2) Segunda etapa**

En el momento que se llega al punto de inicio en el río, primero se debe comunicar a los turistas que se deben cambiar su ropa por los equipos entregado en la agencia, mientras que el personal de guía s inflan el bote, entregan los chalecos salvavidas y remos para posteriormente dar la charla de seguridad en español e inglés

### **a) Charla de Seguridad**

La charla de seguridad debe constar de:

- Bienvenida
- Presentación del equipo
- Datos informativos del el río
- Información y Posiciones en el bote
- Técnicas de rescate
- Comandos de remado
- Agradecimiento o despedida

## Bienvenida



**Foto 12** Charla de Seguridad

Muy buenos días damas y caballeros, bienvenidos a Cumandá, bienvenidos a la actividad de Rafting, mi nombre es Paul Aucancela yo voy hacer uno de los guías para el día de hoy. Ahora voy a presentar quienes conforman nuestro equipo de aventura: primero nuestro chofer profesional, su nombre es “Don Henry”, segundo el otro guía de rafting Wilson es su nombre y finalmente en esta agencia siempre trabajamos con un kayak de seguridad su nombre es Jairo.

Cosas que deben recordar este es la parte del frente del bote y este es la parte de atrás, posiciones en el bote: van ir 2 personas adelante, dos personas en el medio y dos personas en la parte de atrás, recordando que cuando nos sentemos ¡no! debemos estar sentados en la parte de la mitad si no debemos estar sentados en el filo del bote, porque de esa manera van a ayudar a remar.

Es posible o probable que en el momento del descenso alguna persona caiga al río, lo primero que deben hacer es tomar la cuerda de seguridad, que se encuentra ubicado en el borde del bote pero si alguien, no se pudo sujetar, ustedes deben flotar colocándose en la posición internacional de flote en aguas rápidas la cual es :apuntando con los pies a la corriente del río, porque van a tener una



mejor visibilidad de lo que se aproxima y ¡por favor! no tratar de pararse ni ponerse de pie, porque hay algunos lugares que no es profundo el río y se van a golpear, es mejor recibir el golpe de las rocas en los glúteos que con los pies o las rodillas.



**Foto 13** Charla de Seguridad

Talvez si alguien se cayó, pero se alejó a un metro fuera del bote en ese momento debe ayudar una solo persona y no todos porque cuando todo mundo quiere ayudar y están en un solo lugar, la derecha o izquierda el bote se va a virar porque existe mucho peso en un solo lado entonces, solo debe ayudar la persona que está al lado del que se cayó, en otras palabras si se cayó alguna persona del lado derecho el compañero que está en el lado izquierdo ayuda y viceversa. La persona que va a rescatar no debe rescatar halando de las manos o brazos, ni tampoco de la cabeza, únicamente se debe rescatar del chaleco salvavidas. Cuando se rescate, primero se debe rescatar el remo, después se deben poner sus rodillas en el borde del bote contar 1, 2, 3 y jalar al interior del bote.



**Foto 14** Charla de Seguridad

Si alguna persona está a 1 o dos metros de distancia cerca del bote alguien debe dar la T del remo para que se pueda sujetar y ser rescatado o también se puede hacer una extensión con dos remos. Hay ocasiones que se alejan 3, 4, 5 o más metros, nosotros tenemos una cuerda de seguridad de 25 metros, en el instante que ustedes escuchen “Hey cuerda” abren sus manos y se sujetan de la cuerda, por favor ¡no! se debe enrollar la cuerda en la mano, ni tampoco en el cuello, deben sujetar con la una mano la cuerda en el extremo del remo y la otra haciendo un ancla o un estrap con el objetivo de que no se deslice la cuerda de la mano, cuando les recoja ustedes van a venir de espaldas no de frente porque su cabeza va a estar todo tiempo en el agua y finalmente cuando estén cerca del bote se van a sujetar de la cuerda de seguridad.

La otra opción de rescate es el kayak de seguridad, cuando estén cerca del kayak no sujetarse de los lados ni derecho ni izquierdo y menos abrázale al kayaker, hay momentos que la persona del miedo se coge de los lugares mencionados, posiblemente el kayak agá un flip y se suben al kayak, ¡por favor! no hacerlo porque el kayaker está debajo del agua, deben alejarse unos metros para que el kayaker regrese a la posición norma y de esa manera sujetarse por el frente o por detrás

**Al Frente** primero procedemos a levantar las piernas, ponemos las manos entre la mitad de las piernas, sujetando con la una mano el remo y la otra de la argolla del kayak (Sexi position)**Por** **Atrás** ponemos el pecho en la parte posterior del kayak, sujetando el remo y ayudando a mover el kayak con los pies para adelante.



**Foto 15** Flip

Posiblemente existen ocasiones que todos vamos a nadar incluyendo al guía, ósea que el bote va a ser un flip, lo más rápido que deben hacer es sujetarse de la cuerda de seguridad, pero va existir personas que van a estar debajo del bote, primero no se asusten, porque debajo del bote existen 4 cámaras de aire, pero no es un buen lugar para estar ahí, con sus manos van a empujar tanto para el lado derecha o izquierda saliendo de la parte de abajo del bote y posteriormente se sujetan de la cuerda de seguridad., el guía se va a subir al bote, pero para él va hacer muy difícil dar la vuelta porque todos van a estar sujetos de la cuerda de seguridad, en ese momento el guía va a contar 1, 2, 3 y se debe soltar la cuerda por unos segundos hasta que el guía de la vuelta y comience a rescatar, persona que es rescatado persona que rescata a los demás.



### 3) Tercera etapa

Posteriormente el grupo es dividido, 6 personas por cada bote, cada guía debe practicar los diferentes comandos con su tripulación antes del descenso en el río.



Foto 16 Práctica de Comandos

#### a) Explicación del guía con su tripulación

Lo primero que debemos hacer es sentarnos siempre en el borde del bote y no en la parte de adentro, con la una mano tomamos la T del remo y con la otra contamos a 4 dedos de la parte amarilla.

En rafting existen 7 comandos diferentes que se van a utilizar para poder descender en el río, el primer comando es:

**Adelante** ponemos el remo hacia adelante y jalamos hacia atrás, pero para realizar debemos mover siempre el cuerpo con el objetivo de no agitarnos o cansarnos.

**Atrás** ponemos la paleta del remo atrás, el cuerpo hacia adelante y con el mismo movimiento del cuerpo jalamos hacia adelante.

Si nosotros queremos girar el bote hacia la derecha o izquierda el comando va ser

**Izquierda atrás** cuando se diga izquierda atrás el lado izquierdo rema hacia atrás y automáticamente el lado derecho rema hacia adelante, lo opuesto

**Derecha atrás** cuando se diga derecha atrás el lado derecho rema hacia atrás y automáticamente el lado izquierdo rema hacia adelante, lo opuesto

**Todos adentro** quiere decir sentarse en el piso del bote, es la única vez que se van a sentar en la parte de adentro del bote, procurando no soltar la T del remo porque al momento que suelten pueden golpear en la cara del compañero y es muy peligroso.

**Adelante con fuerza** es clavar y jalar más el remo en el agua, moviendo el cuerpo sincronizada mente.

**Remos arriba** quiere decir cuando iniciamos o pasamos un rápido, levantamos los remos hacia arriba, unimos y gritamos el nombre del equipo.

#### 4) Cuarta etapa

Al término del descenso en el río los guías y kayakero tienen que recoger el equipo y posteriormente lavar tanto los chalecos, wetsuit, zapatos y embarcar los botes nuevamente al transporte para poder dirigir al almuerzo.

Cuando finalice el tour el guía principal o trip leader comunica a los turistas, que si desean llevar las fotos o videos de la actividad, deben llevar a la agencia una memory car, flash memory o un cd para que se puedan ser enviados.

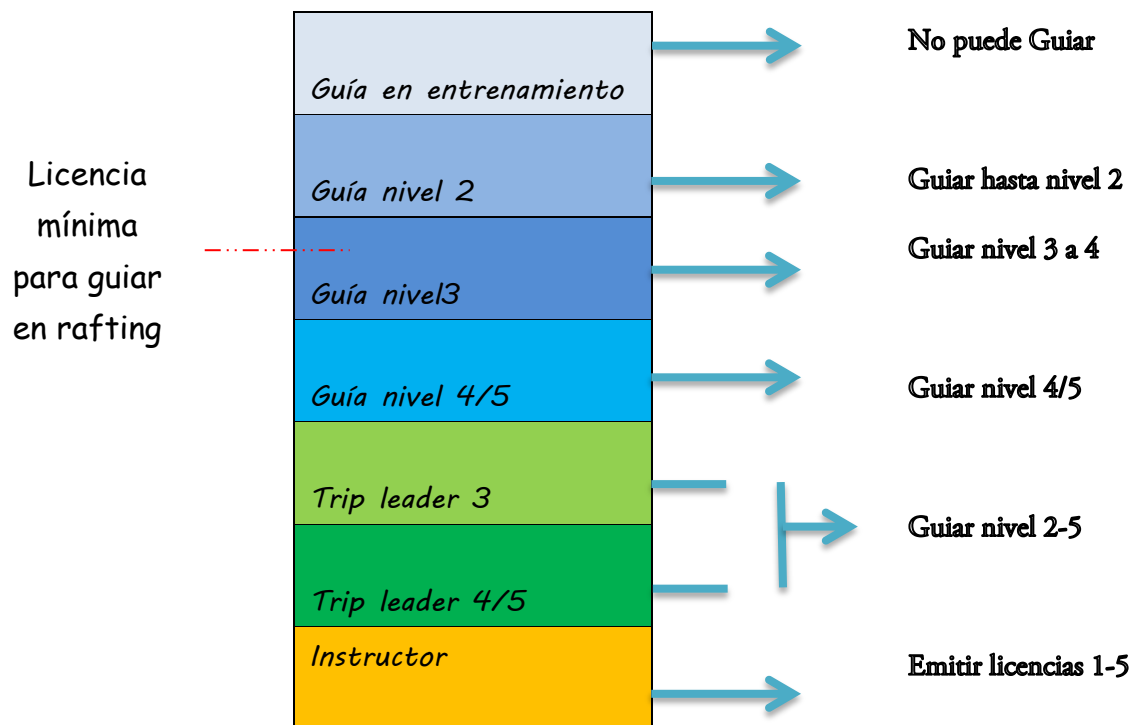
Finalmente cuando se llegue a la agencia el personal de guías debe guardar o colocar todos los equipos en los casilleros correspondientes para la siguiente actividad o salida.

#### 4. Seguridad

De acuerdo al Art. 20 de la norma técnica de turismo de aventura en su modalidad rafting menciona que los guías contratados por la agencia de viajes tengan o no dependencia, deberán cumplir con los siguientes requisitos mínimos. Tomando en cuenta los lineamientos generales de la actividad y los riesgos que puede generar durante el descenso de un río.

##### a. Guías Especializados

**Gráfico 4** Licencias mínima para guías















Para poder guiar en ríos del Ecuador se debe poseer una licencia mínimo de nivel 3 porque es la licencia donde cumple con todos los parámetros de rescates en aguas rápidas y maniobras en el río






Los Trip Leader son los guías principales cuando existen dos o más botes, generalmente es el que tiene más experiencia para dirigir un grupo de guías.

### 1) Aprobación de Cursos y Licencias para ser guía de Rafting

De acuerdo al Artículo 20, de la norma técnica de turismo de aventura en la modalidad Rafting, emitida por el Ministerio de Turismo del Ecuador en el año 2012, los guías deben poseer los siguientes cursos para la obtención de la Licencia de Especialista.

**Tabla 31** Requisitos para la obtención de licencias

	REQUISITOS	AUTORIDADES COMPETENTES	LOGO
<b>TRIP LIDER</b>	<b>Licencias</b>		
	➤ Ministerio de turismo	Ministerio de Turismo	
	➤ IRF ( <i>International Rafting Federation</i> )	Tarquino Yanguéz Instructor de la IRF	
	<b>Certificados</b>		
	➤ Curso de Primeros Auxilios	Cruz Roja o los Bomberos	 
	➤ Rescate en Aguas Rápidas	Land Learning o ACA ( <i>America canoe Association</i> )	 
	➤ Curso de RCP (Reanimación Cardio Pulmonar)	mingai vital knowledge	
<b>GUIA DE RAFTING</b>	<b>Licencias</b>		
	➤ Ministerio de turismo	Ministerio de Turismo	
	➤ IRF ( <i>International Rafting Federation</i> )	Tarquino Yanguéz Instructor de la IRF	 
	<b>Certificados</b>		 

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Curso de Primeros Auxilios</li> <li>➤ Rescate en Aguas Rápidas</li> </ul> <p>Curso de RCP (Reanimación Cardio Pulmonar)</p>	<p>Cruz Roja o los Bomberos</p> <p>Land Learning o ACA(America canoe Association)</p> <p>mingai vital knowledge</p>	
<b>SAFETY KAYAKING</b>	<p><b>Licencias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ministerio de turismo</li> <li>➤ IRF (<i>International Rafting Federation</i>)</li> </ul> <p><b>Certificados</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Curso de Primeros Auxilios</li> <li>➤ Rescate en Aguas Rápidas</li> </ul> <p>Curso de RCP (Reanimación Cardio Pulmonar)</p>	<p>Ministerio de Turismo</p> <p>Tarquino Yanguéz Instructor de la IRF</p> <p>Cruz Roja o los Bomberos</p> <p>Land Learning o ACA(America canoe Association)</p> <p>mingai vital knowledge</p>	      

## 2) Técnicas de rescate en aguas rápidas (swiftwater rescue)

Al igual que otros deportes al aire libre, el riesgo incontrolado hace que pase calamidades, por lo tanto, la seguridad debe ser la principal preocupación en cualquier excursión por el río, tanto si se trata de un río clase 2 como un descenso estremecedor de categoría 5.

Por la complejidad del rescate en balsas en aguas rápidas, es que se deben aplicar los mejores procedimientos, de lo contrario, son considerables los problemas que se pueden generar debido al mal manejo de las técnicas y las consecuencias puedan ser muy graves, sin no se lleva a cabo bien el salvamento.



### a) Procedimientos de rescate

Los accidentes se pueden encontrar con la dificultad de los rápidos, por medio de las condiciones ambientales, en el equipo que se utilice, en la falta de conocimiento e información, en el estado físico y psicológico de los clientes, en la capacidad del guía y vale la pena resaltar también en la empresa y los operarios para manejar y prever emergencias a la hora que se presenten.



i. **El buen juicio ante una situación de emergencia.**

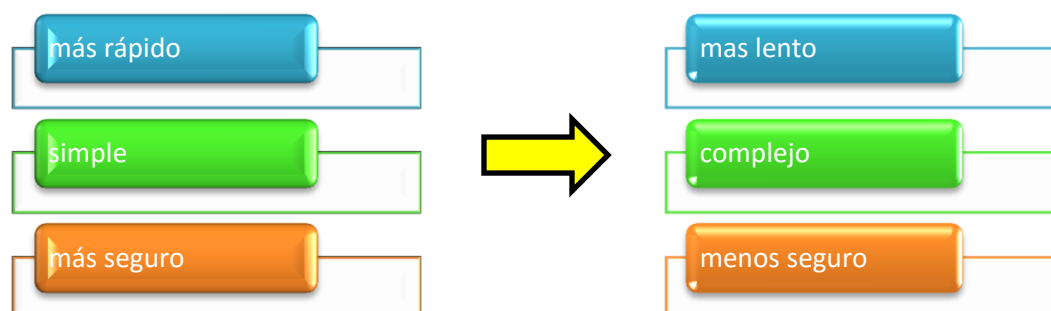
La cabeza es la mejor herramienta de rescate con la que usted cuenta en todo el arsenal de seguridad. En ella, está toda la información que se posee sobre los primeros auxilios, rescate con cuerdas, técnicas de natación, nos ayudara a pensar, estemos o no en un peligro.

Ante nada, hay que mantener la calma y poner las ideas en orden y luego, recuperar el remado para reaccionar ante una eventualidad.

ii. **Toma de decisiones en una situación de emergencia:**

La toma de decisiones, durante una emergencia, es el momento más importante, porque es el acto en el cual decidimos, cuál será el procedimiento y la forma de reacción en un evento de esta magnitud.

Tomando en cuenta todos estos puntos al momento de realizar un rescate lo primero que debemos pensar es hacer lo más rápido, simple y seguro para luego pasar a lo más lento, complejo y menos seguro.



iii. **Prioridades en el rescate.**

Antes de actuar, se debe tener siempre un plan de emergencia, por si algo falla. La planificación debe contemplar todos los aspectos generales de seguridad, materiales y humanos. Siempre la prioridad son las mujeres y los niños, en esos casos es necesario la atención primaria y se debe tener en cuenta, que la atención avanzada sólo la pueden brindar un paramédico o un médico.

#### iv. Destrezas y habilidades para efectuar un rescate:

Las destrezas y habilidades para efectuar un rescate son una serie de procedimientos que se deben realizar ante una situación de emergencia. Cuando las situaciones se nos salen de las manos en el río, parece haber siempre dos tipos de individuos: los que prevén las situaciones de peligro y están, justo donde se necesita y las otras personas que se quedan pensando sin saber qué hacer.

Existen dos tipos de preparación para ser guía : uno va dirigido a la preparación en maniobras de conducción de botes sobre los rápidos, que incluye el conocimiento de la estructura del bote, interpretación de las diferentes corrientes y el uso adecuado para manejar las direcciones del bote con el remo. El otro tipo de preparación es la que enseña al guía a enfrentar situaciones de emergencia y rescate.

En la actividad del rafting, el desempeño de los guías a la hora de hacer frente a los acontecimientos propios de su diario que hacer, requiere de entrenamiento en diversas áreas para preparar o aumentar las habilidades psicomotoras. También, es necesario un entrenamiento en el uso del equipo que funciona como el mecanismo auxiliar para la práctica.

#### b) Equipo necesario para rescates con embarcaciones sin motor en aguas rápidas

##### i. Equipo de rescate

Teniendo en cuenta la seguridad suya y de sus clientes o turistas, se considera que todo equipo debe ser apto para el uso en aguas rápidas, por lo que, además de ser práctico, deberá soportar la acción de las aguas, del viento, de la lluvia y así como la fricción de las rocas en el río

Un equipo de máxima calidad suele establecer la diferencia en las excursiones, sino que es importante utilizar un equipo diseñado para soportar la fuerza de las aguas rápidas. Además del equipo personal, los guías deben llevar un equipo adicional de seguridad, tales como:

- ✓ Mosquetones.
- ✓ Cuchillos o puñales.
- ✓ Silbatos o pitos.
- ✓ Nudos prusik.
- ✓ Poleas
- ✓ Bolsas de lanzamiento.
- ✓ Botiquín de primeros auxilios





## **ii. Líneas de Remolque**

La línea de remolque es muy útil, sobre todo, necesaria para aquellos guías que manejan grupos, frecuentemente. Supuestamente, el mejor lugar para remolcar está detrás del kayak de seguridad, sin embargo en la práctica este puede ser el peor. Por lo general, hay que remolcar cuando las condiciones son malas, se corre el riesgo de que, al hacer el giro, el cabo de remolque se enrosque en el remo con resultados trágicos.

## **iii. Acarreo Horizontal**

En este tipo de rescate se utiliza métodos para poder acercarse hasta las víctimas, que por alguna razón, se encuentran incomunicadas y deben evacuarse por el mismo medio. Los puentes aéreos, pasos de tirolesas, acarreo colocados con un sistema de cuerdas, son medios muy eficientes. Estos son métodos donde se debe utilizar una combinación de sistema para lograr el rescate, en ocasiones se utiliza un desplazamiento horizontal combinado con uno vertical para poder acceder hasta la víctima.

### **c) Manejo de Cuerdas**

El uso y el manejo de cuerdas es el mismo del resto de equipo. Se debe entender la importancia y el valor que tiene las cuerdas a la hora de ejecutar un rescate.

## **i. Cuerdas más utilizadas en las Maniobras de Rescate Básico**

Por lo habitual, las cuerdas más comunes para los rescates en los rápidos son las conocidas en el ámbito de los guías, como cuerdas para río. Las cualidades de mayor importancia son las de ser muy livianas, resistentes y que tienen flotabilidad dentro del agua. En ocasiones, para los rescates más especializados se refuerzan con cuerdas estáticas, que por su estructura, no permiten mucha elasticidad y logran que la eficiencia sea mayor a la hora de tirar.

Ellas están hechas de tal forma que resistan a la fricción contra las superficies para que su deterioro no sea demasiado rápido; no obstante, tienen el problema que son sumamente pesadas cuando se trabaja dentro del río.

## **ii. Técnica de lanzamiento de cuerda**

Para esta técnica se debe tener precisión y puntería porque se espera a la víctima que cruce por el frente del rescatador, lo más común es coger la cuerda en el filo de la bota de rescate para que de esa manera unos segundos antes de que cruce arrojar la cuerda diciendo fuertemente ¡Hey! cuerda y para que pueda escuchar la víctima, agarrándose de la cuerda y posteriormente ser rescatado.



Foto 17 Lanzamiento de Cuerda

### iii. Técnica del Nadador

Esta técnica se requiere de dos personas (rescatadores), consiste en que uno de los rescatadores debe amarse una cuerda en la argolla del chaleco ubicado en la parte de atrás, para que de esa manera el rescatador espere que la víctima este cruzando unos segundos antes del frente de ellos para salir nadando, abrazando y finalmente la otra persona pueda ser un ancla rescatando a las dos personas.



#### iv. Técnica de pirámide de personas

Esta técnica solo es utilizada siempre y cuando existan muchos rescatadores y el agua no sobrepase las rodillas. Cuando la víctima se encuentra en rocas u obstáculos fuera del agua los rescatadores forman una pirámide, poniendo la primera persona en la dirección de la corriente del río para que los de atrás puedan ser como un ancla y de esa manera poder ir a donde está la víctima.



**Foto 18** Técnica de Pirámide

#### v. Técnica de Sistema Z o Polipastos

Esta técnica han sido diseñado para disminuir el esfuerzo o el gasto de energía durante un rescate y para levantar un peso en contra de gravedad: lo que se trata de utilizar es la mecánica, la distribución de la tensión para levantar o ascender una balsa: por lo tanto resulta importante controlar en todo momento el sistema y evitar, por todos los medios, que las fuerzas de tensión se acerquen a el punto de ruptura del equipo utilizado.

Polipasto 2 a 1

Polipasto 2 a 1 con cambio de dirección

Polipasto 3 a 1

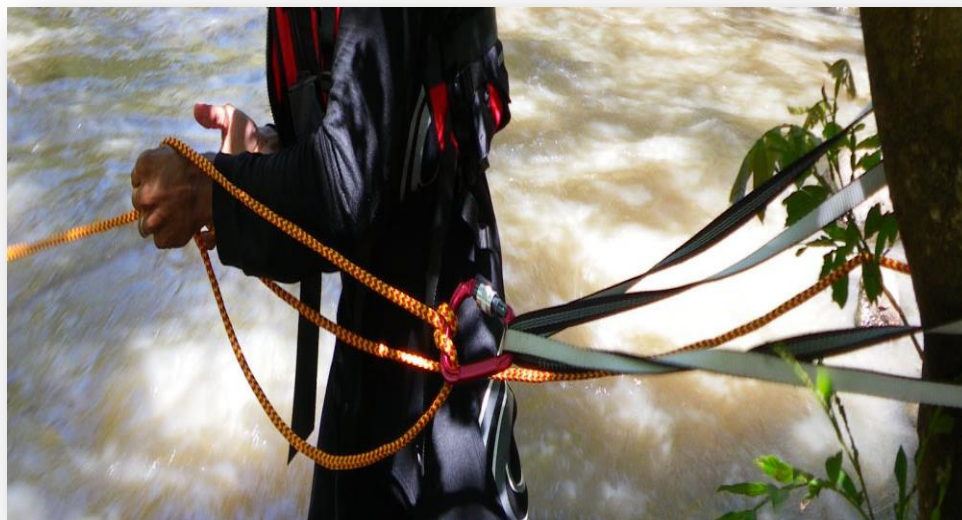
Polipasto 3 a 1 con cambio de dirección

Polipasto 5 a 1





Para el peso que soporta un polipasto 2 a 1, existe una relación, por ejemplo si se jala con una fuerza de 50 kg soporta el doble en otras palabras 2 a 1 es cuerpo 1 y la fuerza de dos personas.



**Foto 19** Polipastos

## **5. Planificación y gestión de riesgos antes de un viaje**

De acuerdo al art. 19 de la Norma Técnica de Turismo de Aventura de la modalidad Rafting menciona que la operadora que oferta esta actividad debe contar con un Plan de Gestión de Riesgos

De esta forma, las actividades relacionadas con el turismo de aventura requieren integrar en su trabajo, los componentes relacionados con la Gestión de riesgos naturales y los impactos que estas pueden tener en los territorios en donde habitualmente practicamos nuestra actividad.

La dinámica de la naturaleza, nos recuerda la necesidad de estar permanentemente preparados ante una diversidad de eventos que puedan afectar a nuestra actividad en terrenos y sobre todo la seguridad de quienes las practican.

La empresa y los guías deben preocuparse por manejar un plan de emergencia basada en los requisitos legales, la organización, etc., pero las razones principales están ligadas a la responsabilidad de enfrentarse a:

- ✓ Accidentes complejos.
- ✓ Accidentes simples
- ✓ Eventos de alto riesgo.
- ✓ Eventualidades prolongadas.

### **1) Plan de gestión de riesgos antes de un viaje (PGR)**

Tomando en cuenta el lugar donde se va a desarrollar y los riesgos que se pueden ocurrir antes, durante y después de la actividad, se va a contar con la información pertinente.

**¿Dónde va a llevar a cabo las secciones de descenso en el río?**

**¿Cuáles son los objetivos y nivel de habilidad del personal?**

**¿Quiénes conforman el grupo con lo que se va a trabajar?**

El desarrollo de la actividad del Rafting en el Rio Chimbo, se encuentra ubicado en el Cantón Cumandá en la Provincia de Chimborazo. El objetivo primordial de un PGR (*plan de Gestión de riesgos*) en el río mencionado es minimizar los inconvenientes, percances, desgracias o accidentes que se puedan su citar durante la realización de la actividad. Para la operación el personal de Bucay Adventures está conformado por un Trip líder, un guía especialista y un kayakero de seguridad, que cuenta con las licencias actualizadas y que tienen la capacidad de actuar cuando exista un problema natural o humano.

**¿Permisos?**

**¿Lista de pasajeros?**

**¿Hospital más cercano y su dirección?**

El equipo tanto para guías, turistas, y colectivo (reparación, emergencia, rescate) cuentan con la garantía y aprobación de la **USCG** (*United States Coast Guard*), también en el permiso de operación esta descrito las políticas y condiciones, adjuntado con la lista de pasajeros por ejemplo:



Date: / /

Departure hour: \_\_\_\_\_



# BUCA Y ADVENTURES

As safe as always!

Nº.....

## CONTRACT GENERAL CONDITIONS RAFTING

- El precio incluye: guía, equipo (remos, chalecos salvavidas, casco, zapatos) transporte
- El turista se encarga personalmente de sus pertenencias. No podemos ser responsables de las películas, fotos y equipos de sonido, relojes, joyas, gafas dinero y otros objetos de valor.
- Un día de lluvia no es motivo para cancelar el viaje, en el caso de lluvia intensa, el programa está sujeto a cambios, o incluso puede ser cancelado (en caso de que el nivel del agua sea demasiado alto).
- En este caso la reserva sigue siendo válido para una fecha posterior. Si un turista no puede aplazar el viaje todo el dinero será devuelto.
- En caso de cancelación de la reserva por el turista que va a pagar la siguiente parte: 1 a 2 días antes del viaje 50%, en el día del viaje o posterior al 100%. Si el turista no llega o es demasiado tarde se paga el 100% si el turista deja el Tour antes de tiempo, no tiene derecho a recibir un reembolso.
- Bucay Adventures. no pagará en caso de cualquier accidente, el Hospital, Transporte o Medicina.
- Todo el mundo puede unirse a este viaje, (estar preparado para hacerse cargo de las instrucciones que nos gusta ofrecer a usted), incluso los principiantes (tendrá que tener en cuenta las recomendaciones y precauciones, incluido en el entrenamiento que reciben en nuestros servicios).

**Recomendaciones:** Por favor traer la basura de vuelta al punto de partida (ayúdanos a mantener las buenas prácticas).

### OFFICE INFORMATION

Place:.....

Guide:.....

Meals:.....

Transport:.....

RESERV	NOMBRE	EDAD	NACIONALIDAD	HOTEL	FIRMA	NÚMERO DE CÉDULA	e-mail
13.							
14.							
15.							
16.							
17.							
18.							
19.							
20.							
21.							
22.							
23.							
24.							

Cuando exista una emergencia o accidente debemos marcar al ECU 911. El hospital más cercano del IESS está a 10 minutos en la autopista Naranjito Bucay, Cumandá mientras que el más cercano en Guayaquil es el hospital de Duran a 1 hora con 20 minutos.

**¿Puntos de acceso de emergencia?**

**¿Planes de movilidad reducida?**

**¿Lugares donde exista señal celular?**

De acuerdo al lugar donde se va a descender existe diferentes puntos de emergencia para lo cual existen caminos alternos para que la víctima pueda ser transportada hacia una casa de salud. En todo los trayecto existe telefonía móvil como claro y movistar.

**¿Tiene equipo de seguridad de respaldo?**

**¿Tiene alimentación adecuada?**

**¿Tiene la información médica adecuada para emergencias?**

Los operadores cuentan con todos los equipos tanto de emergencia, rescate, y de reparación contando con una alimentación nutritiva que se le brinda al final de la actividad, contando con la información adecuada cuando exista un percance.

**¿Tiene un seguro para sus actividades?**

**¿Está siguiendo las directrices de la compañía de seguros?**

No se cuenta con un seguro para la actividad porque el costo es muy elevado por cada persona y la mayoría de agencias de seguros no cubren a los deportes de aventura.

El personal de Guías con el mando del Trip leader toman muy en cuenta todas las sugerencias y recomendación antes, durante y después de una actividad de rafting

## b. Características y condiciones para la ejecución de la actividad

De acuerdo los art.13-15 de la Norma Técnica de Turismo de Aventura en la modalidad Rafting mencionan las condiciones máximas y mínimas en edades de las personas para la práctica de la misma.

**Gráfico 5** Condiciones por Edades para Rafting

EDAD	Grado de Dificultad I	Grado de Dificultad II	Grado de Dificultad III	Grado de Dificultad IV	Grado de Dificultad V	Grado de dificultad VI
De 5 a 16 años	SI	SI	12 años más de 80 libras	NO	NO	NO
De 16 a 18 años	SI	SI	SI	Con autorización de padre, madre o responsable mayor de edad el cual deberá firmar la declaración de riesgos en representación del menor	NO	NO
Mayores de 18 años	SI	SI	SI	SI	SI	NO
Habilidad de Natación	Mínima	Mínima	Saber nadar	Nadador confidente	Nadador confidente y buena condición física	NO

Fuente: *Internacional Rafting Federation*

Elaborado por: Paul Aucancela



## D. Elaborar un estudio de mercado.

### 1. Matriz para la investigación de mercado

De acuerdo con la metodología de planteamiento, por Carlos Ricaurte, se elaboró la matriz para investigación de mercado, la que será la base para el análisis de recopilación de la información de la demanda.

**Tabla 32** Matriz para la investigación de mercados

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE DE ESTUDIO	FUENTES DE RECOPIACIÓN INFORMACIÓN	TÉCNICAS PARA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN
Definir y cuantificar el universo de estudio	Quiénes Cuántos Procedencia	✓ Barómetro Turístico ✓ Boletín (Principales Indicadores de Turismo) ✓ INEC (Instituto Nacional estadistas y Censos)	Fichas Cuadros
Identificar las características sociodemográficas del turista nacional e internacional que visitan al cantón Cumandá	Edad Género Ingresos Grupo familia	Primarias  Trabajo de Campo	Encuestas Tabulación Cuestionario Procesamiento Análisis
Definir las características psicográficas del Turista Nacional e Internacional que visita el cantón Cumandá	Motivo de viaje información Interés de viaje Con quien viaja Permanencia Cuánto Gasta Servicios Turísticos Actividades Forma de pago Sitios preferidos Como se informa Épocas de Viaje Operadora o Agencia	Primarias  Trabajo de Campo	Cuestionario Encuestas Tabulación Procesamiento Análisis

**Elaborado por:** Paul Aucancela.

## 2. Segmentación de Mercado

La potencial demanda, captar son los turistas Nacionales (población de Guayaquil perteneciente a las clase media-alta, y Extranjeros que arribaron al Aeropuerto José Joaquín de Olmedo en el año 2015.

## 3. Universos de Estudio

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en la estratificación de Nivele Socioeconómico. La ciudad de Guayaquil cuenta con 2.350.915 habitantes, en donde el 36% pertenecen los estratos A, B, C+ (clase alta-media) población económicamente activa, que corresponde 846.329 personas.

Según la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo del Ecuador, en su Boletín Turístico N°12. En el año 2015 llegaron a nuestro país 1.560.429 turistas Extranjeros, de los cuales 23% arribaron al Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo es decir 358.898 según la jefatura de migración de Guayas.

**Tabla 33 Universo de Estudio**

CONCEPTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Universo de estudio Turistas Nacionales	846.329	70%
Universo de estudio Turistas Extranjeros	358.898	30%
<b>TOTAL</b>	<b>1.205.227</b>	<b>100 %</b>

**UNIVERSO DE ESTUDIO: 1.205.227**

#### 4. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se utilizó la fórmula de Cannavos, la cual expreso a continuación:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N-1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

EJERCICIO CON CONSTANTE DE VARIANZA			
PQ	0,25	UNIVERSO	1.205.227
N*P*Q	301306,75	ERROR	0,05
N-1	1.205.226	VARIANZA	2
(e/z)^2	0,000625		
Denominador	753,51625		
MUESTRA	399		

#### 5. Distribución de la Muestra

**Tabla 34** Distribución de la muestra

TURISTAS	Distribución de la muestra	Porcentaje %
Turistas Nacionales	279	70%
Turistas Extranjeros	120	30 %
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100 %</b>

## **6. Instrumento**

El instrumento que se utilizara es el cuestionario que se encuentra en el **ANEXO 1 y ANEXO 2**

## **7. Elaboración del Cuestionario**

De acuerdo a Carlos Ricaurte, en su libro Marketing Turístico del 2007, el cuestionario a de confeccionarse con una idea clara de los objetivos, pues tras la tabulación de sus respuestas se obtendrá los datos precisados para solucionar el problema, tomando en cuenta que debe de ser interesante, sencillo, preciso, concreto, y discreto.

El instrumento empleado para el análisis de la demanda será un cuestionario, con variables sociodemográficas y psicográficas. La técnica que se utilizara será la encuesta, que será elaborada con preguntas cerradas, con una opción de respuesta en el idioma español e inglés y tomando en cuenta la potencialidad turística del territorio. El número de encuestas a ser aplicadas se determinó de acuerdo al resultado que arrojó el cálculo de la muestra, por lo que serán aplicadas en la ciudad de Guayaquil.

Los métodos que se emplearan serán el análisis y sistematización de la información que se obtendrá en la aplicación de las encuestas que son el cualitativo y cuantitativo los mismos que se desarrollarán mediante la tabulación de datos, elaboración de cuadros y gráficos y con estos datos se determinaran el perfil del turista Nacional y Extranjero.

## **8. Levantamiento de Información**

Las encuestas se aplicaran en la ciudad de Guayaquil desde los días 5 al 15 de Enero del 2016.

### **Puntos estratégicos**

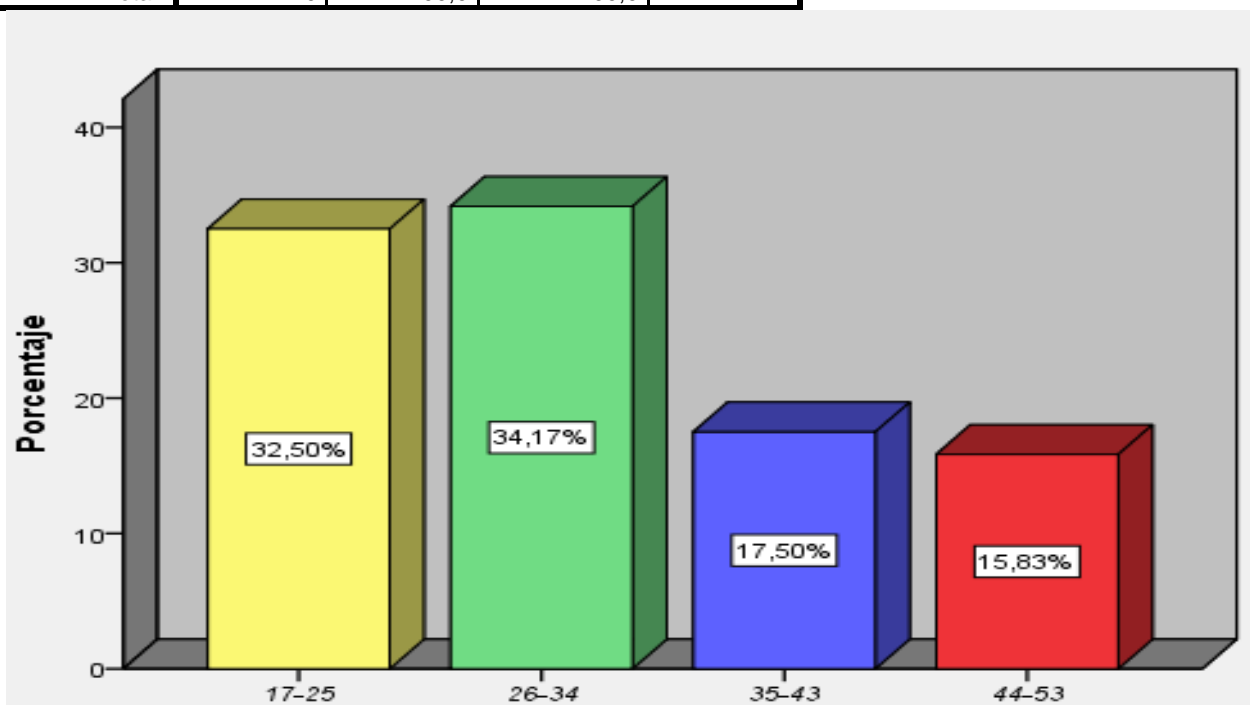
- ✓ Oficinas del transporte Internacional la Cruz del Sur (Terminal Terrestre de Guayaquil)
- ✓ Rio Centro Shopping (Samborondon)
- ✓ Aeropuerto José Joaquín de Olmedo.
- ✓ Mall del Sol
- ✓ Rio Centro Sur

## 9. Sistematización de Resultados turistas Extranjeros

### a. Edad

**Tabla 35** Rango de edad de Turistas Extranjeros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado		
Válido	17-25	39	32,5	32,5	32,5	LI	LS
	26-34	41	34,2	34,2	66,7	17	53
	35-43	21	17,5	17,5	84,2	Recorrido	36
	44-53	19	15,8	15,8	100,0	Nª Grupos	4
	Total	120	100,0	100,0		Rango	9



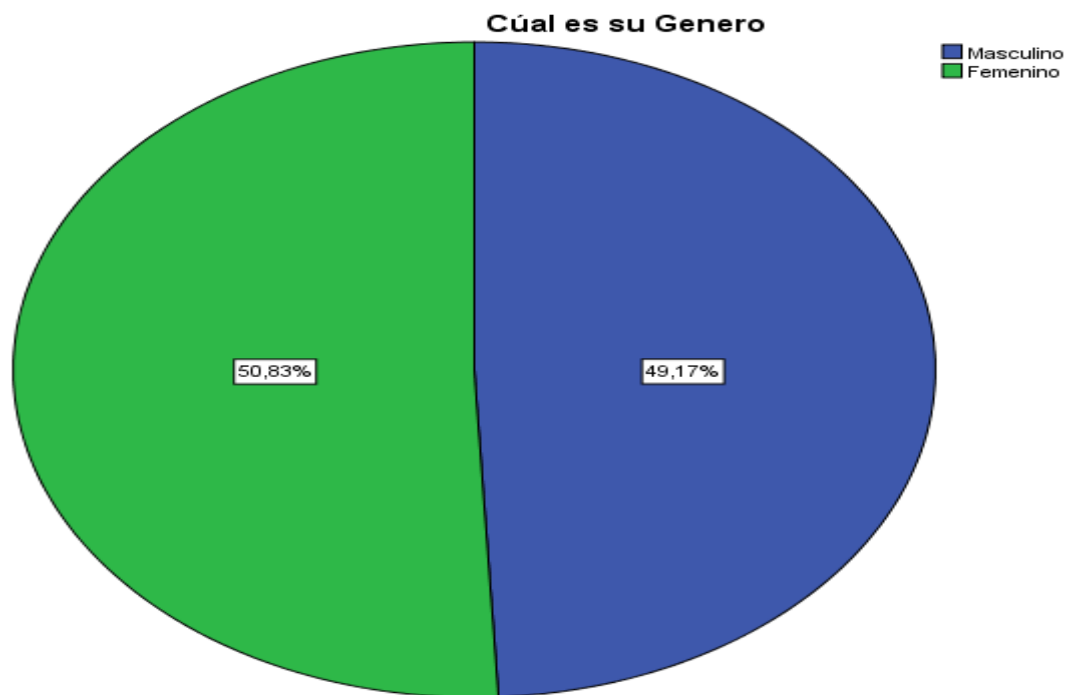
**Gráfico 6** Rango de edad de Turistas Extranjeros

El 34,2 % de Turistas Extranjeros se encuentran en edades comprendidas entre 26 a 34 años, seguidos del 32,5 % en edades de 17 a 25 años, además el 17,5 % corresponde a edades de 35 a 43 y con porcentaje menores tenemos edades comprendidas de 44 a 53 años.

## b. Genero

**Tabla 36** Género de los turistas extranjeros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	59	49,2	49,2	49,2
	Femenino	61	50,8	50,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



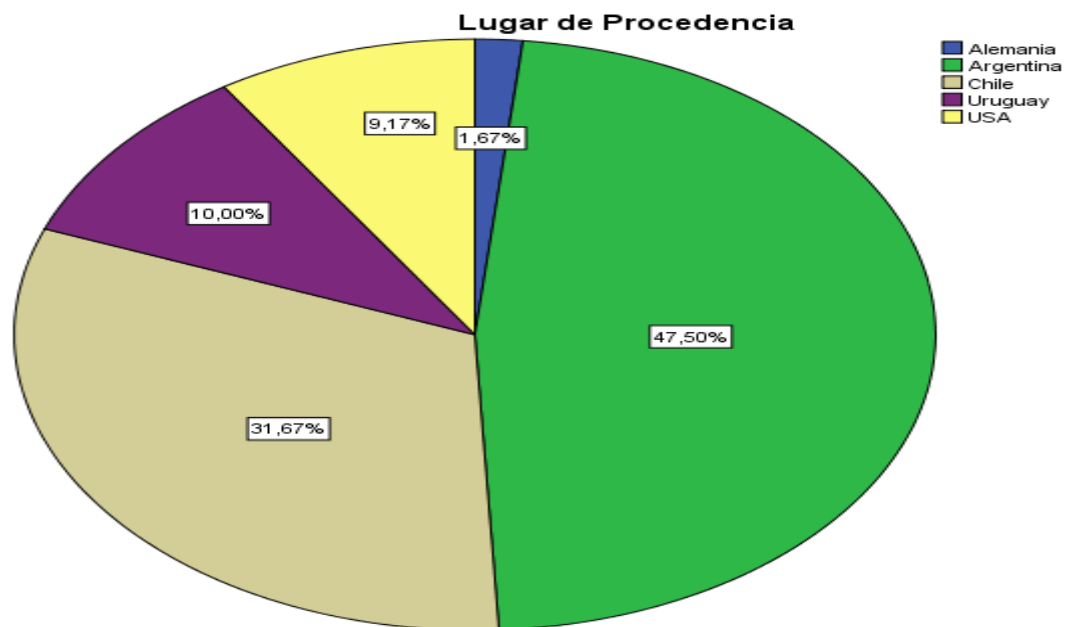
**Gráfico 7** Género de los turistas extranjeros

El 50,8% de Turistas Extranjeros son de género femenino, mientras que el 49,2% son de género masculino.

**c. País de Procedencia**

**Tabla 37 País de procedencia de los turistas extranjeros**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alemania	2	1,7	1,7	1,7
	Argentina	57	47,5	47,5	49,2
	Chile	38	31,7	31,7	80,8
	Uruguay	12	10,0	10,0	90,8
	USA	11	9,2	9,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



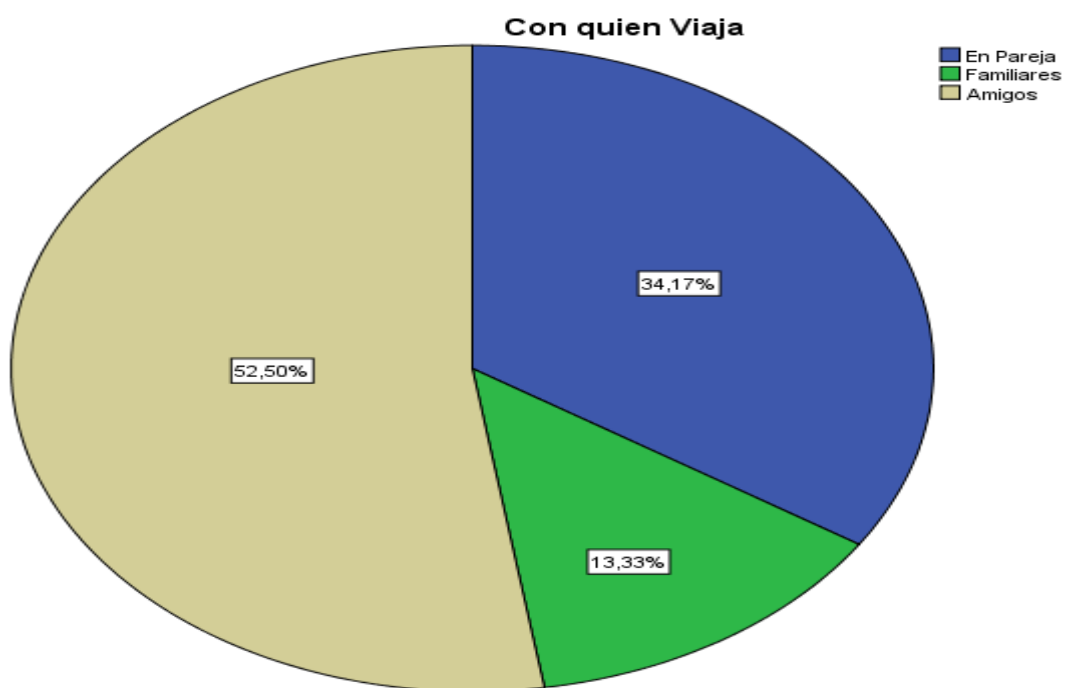
**Gráfico 8** País de procedencia de los turistas extranjeros

El 47,5% de Turistas Extranjeros provienen de Argentina, seguidos por el 31,7% de Chile, el 10% de Uruguay, el 9 % de Uruguay y el 1,7% de Alemania.

#### d. Con quien Viaja

**Tabla 38** Con quien viajan los Turistas Extranjeros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Pareja	41	34,2	34,2	34,2
	Familiares	16	13,3	13,3	47,5
	Amigos	63	52,5	52,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



**Gráfico 9** Con quien viaja el turista extranjero

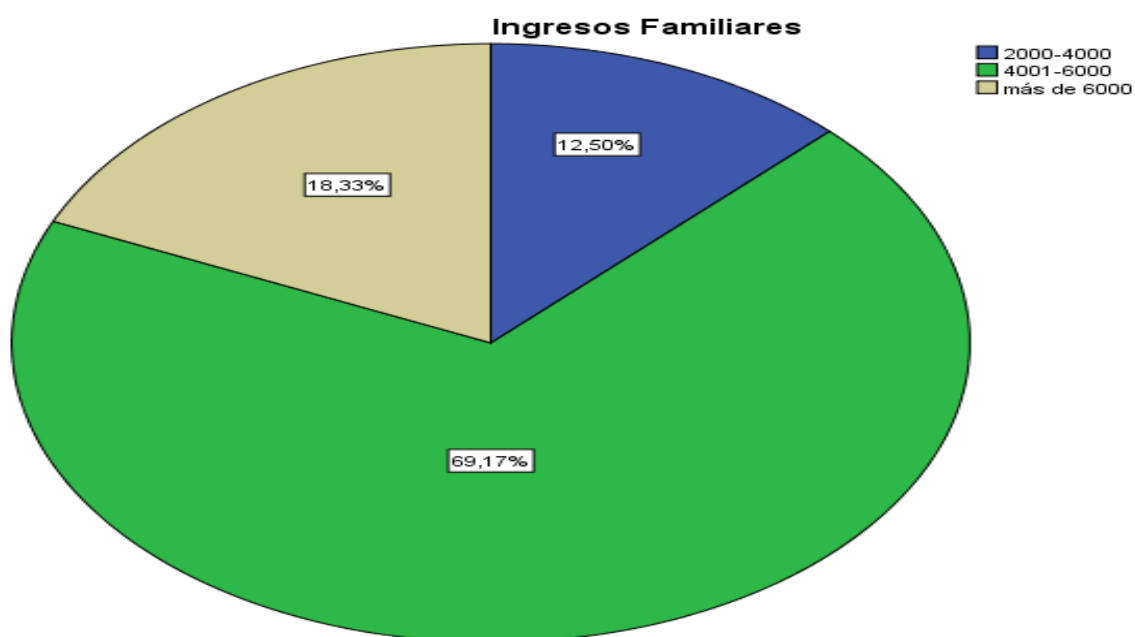
El 52% de Turistas Extranjeros viajan con amigos, el 31% con familiares, el 12% viajan solo y el 9% viaja en pareja.



**e. Ingresos económico mensual**

**Tabla 39** Nivel de ingresos mensual turistas extranjeros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2000-4000	15	12,5	12,5	12,5
	4001-6000	83	69,2	69,2	81,7
	más de 6000	22	18,3	18,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



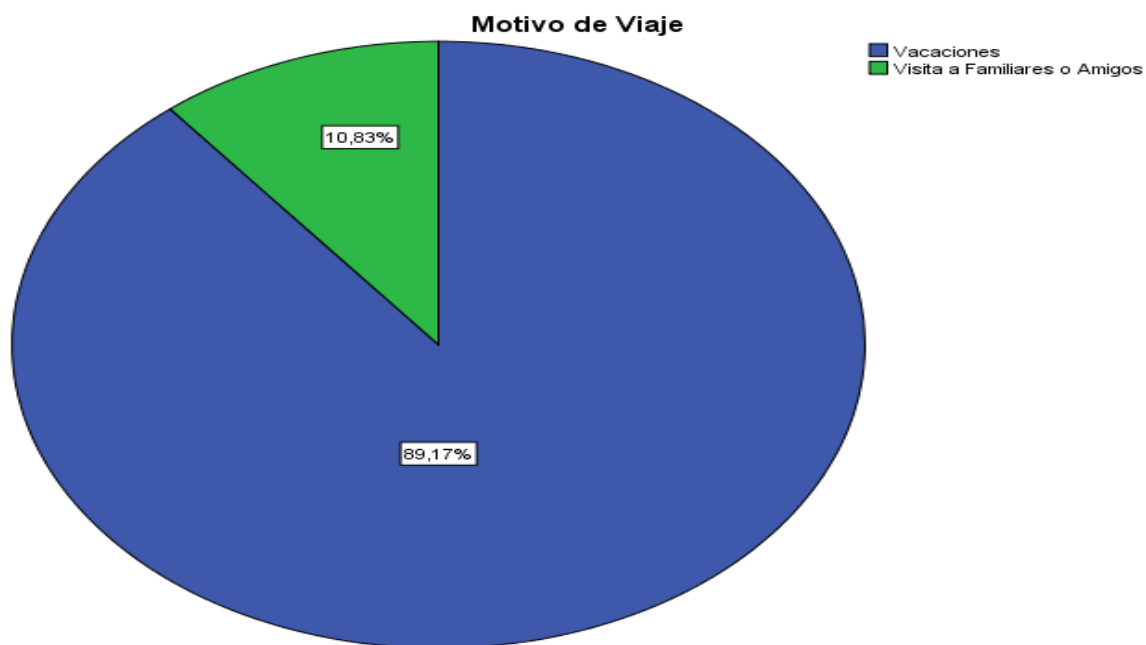
**Gráfico 10** Nivel de ingresos mensual turistas extranjeros

El 69,2% de Turistas Extranjeros percibe un ingreso mensual entre 4001 a 6000 dólares, el 18,3 % de más de 6000 y el 12,5 % percibe ingresos mensuales de 2000 a 4000 dólares.

### f. Motivo de Viaje

**Tabla 40** Motivo de viaje de los turistas extranjeros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Vacaciones	107	89,2	89,2	89,2
	Visita a Familiares o Amigos	13	10,8	10,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



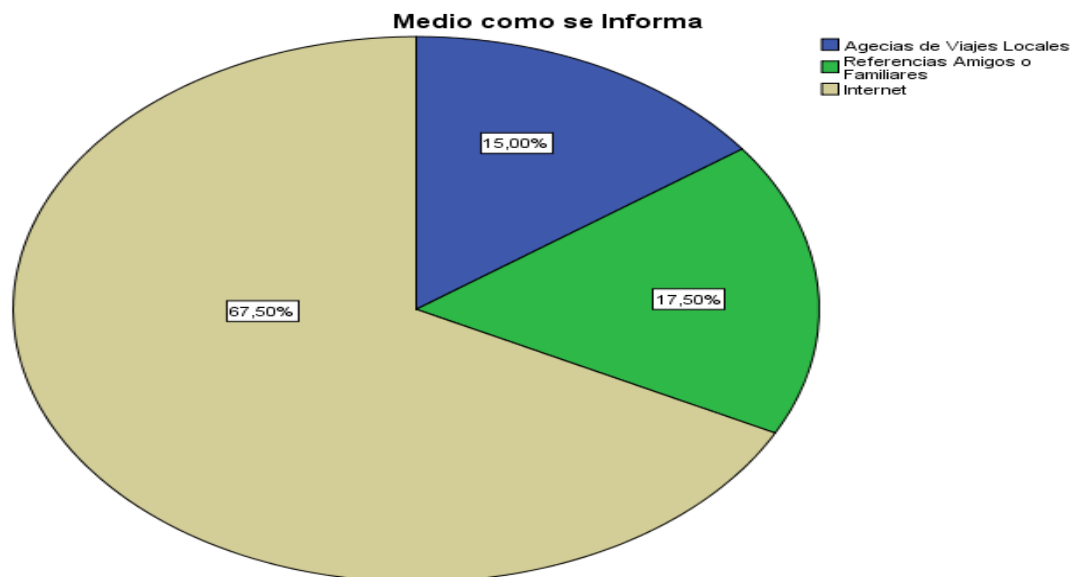
**Gráfico 11** Motivo de viaje de los turistas extranjeros

El 89 % de Turistas Extranjeros realizan viajes por vacaciones y el 10 % por visita a familiares o amigos.

**g. Medio de información utilizado**

**Cuadro No.** Medio de información que usan los turistas extranjeros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Agencias de Viajes Locales	18	15,0	15,0	15,0
	Referencias Amigos o Familiares	21	17,5	17,5	32,5
	Internet	81	67,5	67,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



**Gráfico 12** Medio de información que usan los turistas extranjeros

El 67% de turistas Extranjeros utilizan el internet como medio de información de un lugar a conocer, seguidos del 18% que lo hacen a través referencias de amigos y el 15 % en agencias de viajes.

De las personas que usan Internet el 60% utilizan Google y el 40% utilizan redes sociales como Facebook y Twitter para obtener información.

### h. Tiempo de permanencia al realizar un viaje turístico

**Tabla 41** Tiempo de permanencia al realizar un viaje por motivo de turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 Día	7	5,8	5,8	5,8
	2 Días	35	29,2	29,2	35,0
	3 Días	61	50,8	50,8	85,8
	más de 3 Días	17	14,2	14,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



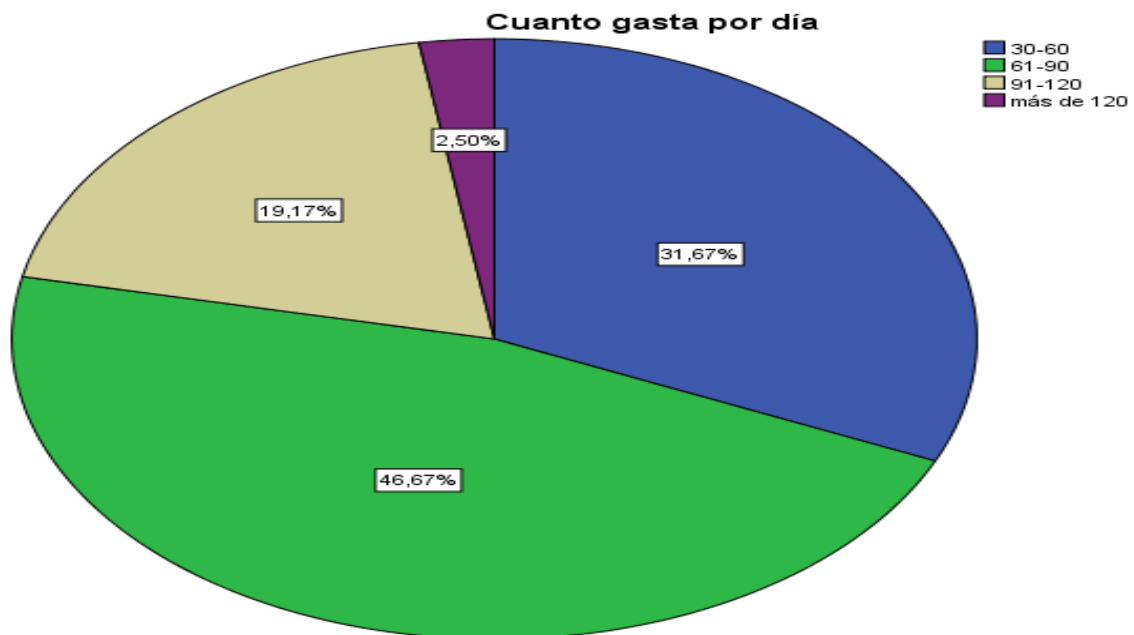
**Gráfico 13** Tiempo de permanencia al realizar un viaje por motivo de turismo

El 66 % de Turistas Extranjeros al realizar un viaje permanecen mínimo 2 días, el 15 % permanece 1 día, el 14% permanece 3 días y el 4% más de 3 días.

**i. Gasto promedio por persona cada día**

**Tabla 42** Gasto por persona por día.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	30-60	38	31,7	31,7	31,7
	61-90	56	46,7	46,7	78,3
	91-120	23	19,2	19,2	97,5
	más de 120	3	2,5	2,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



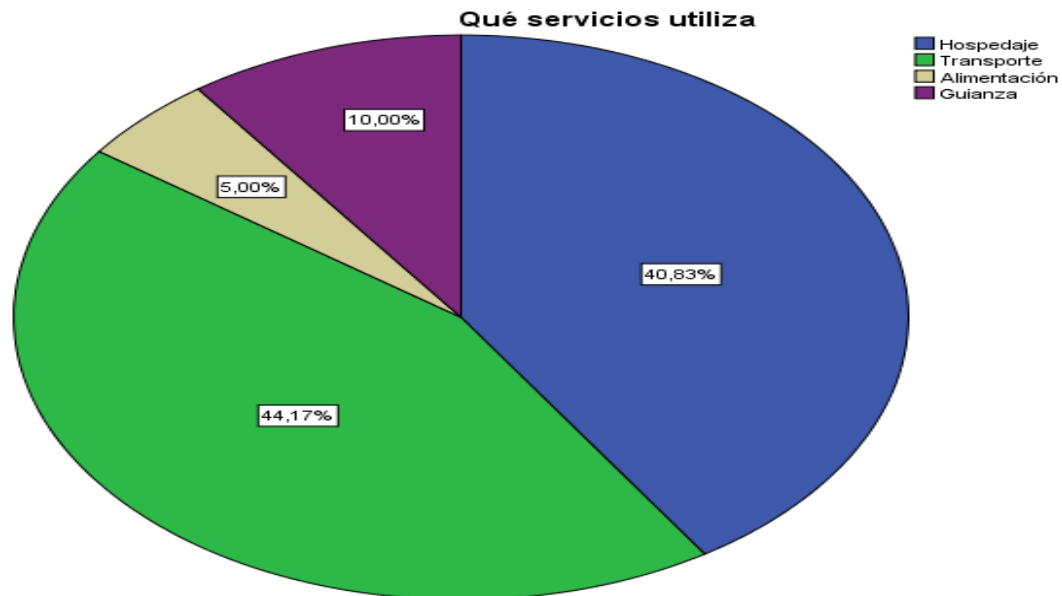
**Gráfico 14** Gasto por persona por día.

El 46 % de Turistas Extranjeros gastan de 61 a 90 dólares por día por persona, el 31 % de 30 a 60 dólares, el 19 % gasta de 91 a 120 dólares y el 2% gasta más de 120 dólares diarios por persona.

**j. Servicios que utiliza al viajar**

**Tabla 43** Servicios turísticos al viajar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hospedaje	49	40,8	40,8	40,8
	Transporte	53	44,2	44,2	85,0
	Alimentación	6	5,0	5,0	90,0
	Guianza	12	10,0	10,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



**Gráfico 15** Servicios Turísticos

El 44 % de Turistas Extranjeros utilizan el servicio de Transporte, el 40 % el servicio de Hospedaje, el 10 % el servicio de guianza y el 5 % utilizan el servicio de transporte.

**k. Conocimiento sobre Cumandá o Bucay.**

**Tabla 44** Conocimiento sobre Cumandá o Bucay.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	13	10,8	10,8	10,8
	no	107	89,2	89,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



**Gráfico 16** Conocimiento sobre Cumandá o Bucay

El 89% de Turistas Extranjeros no tienen conocimiento sobre el cantón Cumandá o Bucay, mientras que el 11 % no tiene conocimiento de las actividades.

# 1. Ha visitado Cumandá o Bucay.

**Tabla 45** Ha visitado Cumandá o Bucay.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	6	5,0	5,0	5,0
	no	114	95,0	95,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



**Gráfico 17** Interés en realizar deportes de aventura.

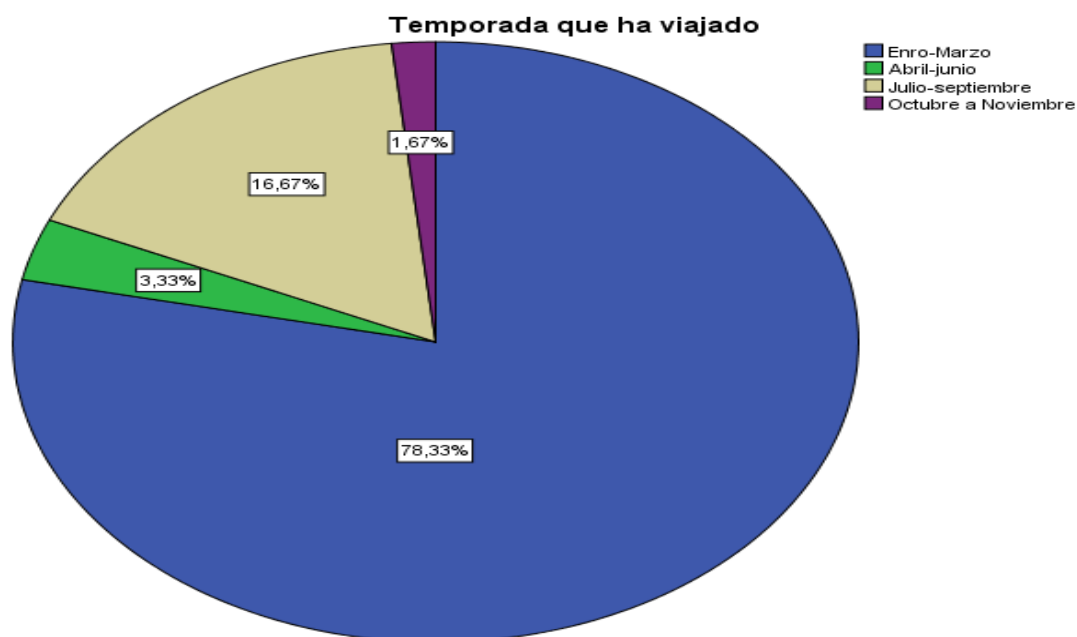
El 95% de Turistas Extranjeros no han visitado el cantón Cumandá o Bucay, mientras que el 5% si han Visitado Cumandá o Bucay.



### m. Temporada del año en viajar

**Tabla 46** Temporada del año e viajar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Enro-Marzo	94	78,3	78,3	78,3
	Abril-junio	4	3,3	3,3	81,7
	Julio-septiembre	20	16,7	16,7	98,3
	Octubre a Noviembre	2	1,7	1,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



**Gráfico 18** Temporada del año en viajar.

El 78 % de Turistas Extranjeros viajan en la temporada de Enero a Marzo, seguidos de 17% Julio a Septiembre, el 3% en Abril a Junio y finalmente el 2 % en Octubre a Noviembre.

# n. Interés en realizar deportes de aventura

**Tabla 47** Interés en realizar Deportes de Aventura en Cumandá.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	84	70,0	70,0	70,0
	no	36	30,0	30,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



**Gráfico 19** Interés en realizar deportes de aventura.

El 70 % de Turistas Extranjeros tienen el interés de realizar las diferentes actividades de aventura, mientras que el 30 % no tienen el interés de realizar los tour de aventura.

**o. Cuál de estas actividades de aventura le gustaría realizar**

**Tabla 48** Actividades de aventura a elegir.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rafting	51	42,5	42,5	42,5
	Canyoning	13	10,8	10,8	53,3
	Canopy	7	5,8	5,8	59,2
	Parapente	12	10,0	10,0	69,2
	cabalgatas	23	19,2	19,2	88,3
	Bicicletas	14	11,7	11,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



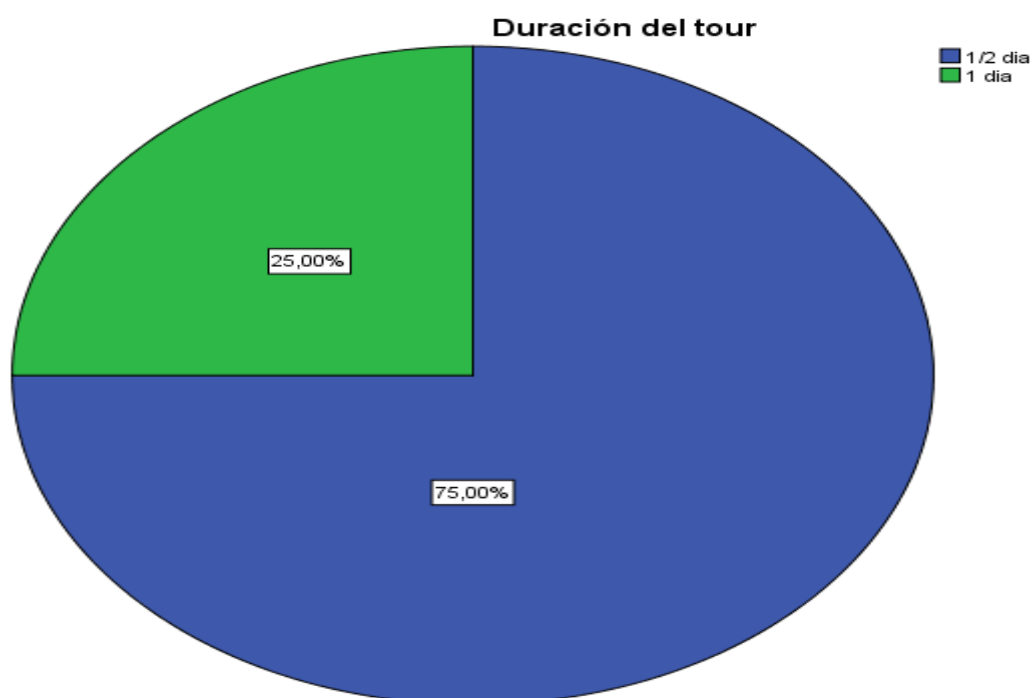
**Gráfico 20** Actividades de Aventura a elegir

El 43 % de Turistas Extranjeros quieren realizar Rafting, seguidos del 12 % que desea realizar Bicicletas, el 19 % que desea realizar Cabalgatas, el 11 % Canyonig, el 10 % Parapente, y el 6 % Canoping.

**p. Tiempo de duración del Tour.**

**Tabla 49** Tiempo de duración del tour.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1/2 día	90	75,0	75,0	75,0
	1 día	30	25,0	25,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



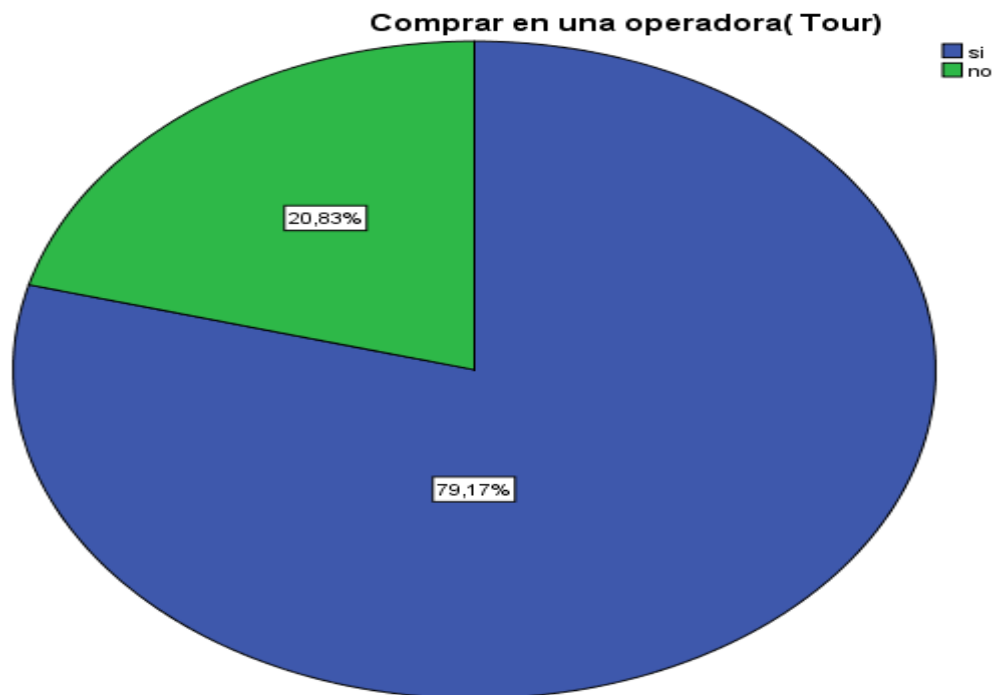
**Gráfico 21** Tiempo de duración del Tour.

El 75 % de Turistas Extranjeros quieren un de tour de medio día, y el 25 % prefieren un día de duración.

**q. Comprar un producto (tour) en una Operadora de Turismo.**

**Tabla 50** Comprar un producto (tour) en una Operadora de Turismo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	95	79,2	79,2	79,2
	no	25	20,8	20,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



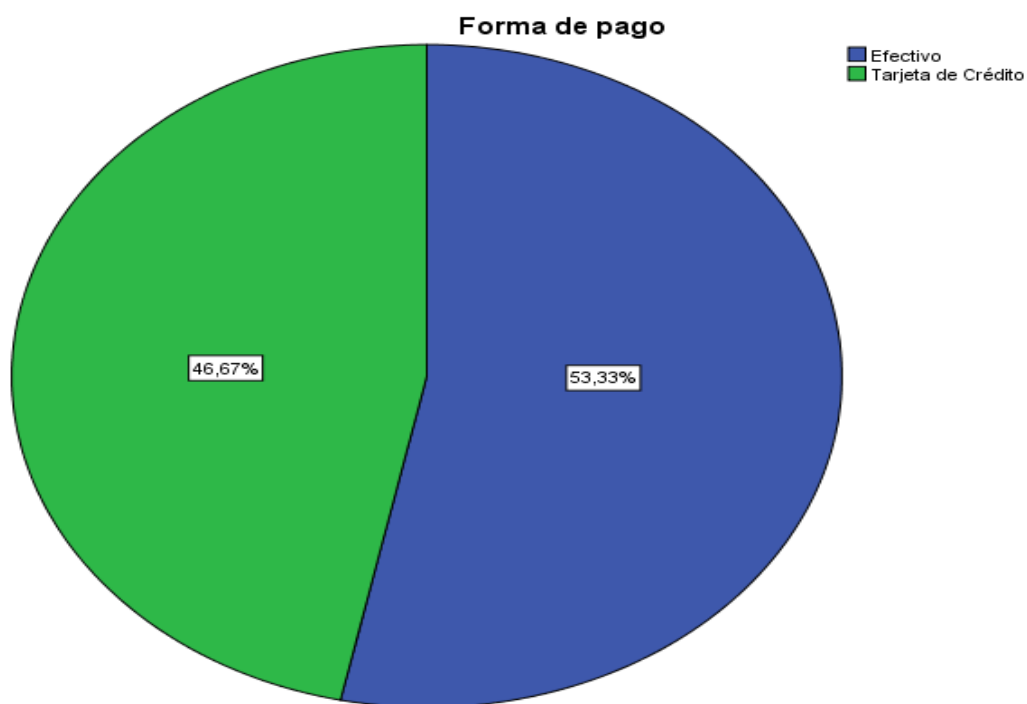
**Gráfico 22** Comprar un producto (tour) en una Operadora de Turismo.

El 79 % de Turistas Extranjeros prefieren comprar un tour en una Operadora de Turismo y mientras que el 21 % no prefieren comprar por una operadora.

### r. Forma de Pago

**Tabla 51** Forma de Pago

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Efectivo	64	53,3	53,3	53,3
	Tarjeta de Crédito	56	46,7	46,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	



**Gráfico 23** Forma de Pago

El 53 % de turistas extranjeros prefieren realizar su pago en efectivo y el 47 % a través de tarjeta de crédito.

#### **s. Perfil del Turista Extranjero**

El 34 % de Turistas Extranjero se encuentran en edades comprendidas entre los 26 a 34 años, distribuidos en el 51% de género femenino y el 49 % de género masculino, de los cuales el 46 % provienen de Argentina, en donde el 52 % viajan con amigos, con un ingreso mensual de 4001 a 6000 dólares que representa 69 %, ya que cuyo principal motivo de viaje es por vacaciones, en la temporada de enero-marzo, por lo que el 36% se informan por el Internet.( el 60% utilizan Google y el 40% utilizan redes sociales como Facebook y Twitter)

El 66 % de Turista Extranjeros permanecen mínimo 2 días por motivos de turismo, el 46 % gasta alrededor de 61 a 90 dólares por día y persona. El cual 44 % al viajar utiliza el servicio de transporte, en donde el 89 % de Turistas Extranjero no tienen conocimiento sobre el cantón Cumandá o Bucay, por lo que el 95% no han visitado estos dos cantones. El 70 % de turistas Extranjeros tienen interés en realizar los deportes de aventura, ya que el 43 % prefiere realizar un tour de medio día, de actividades como el Rafting o Biking, en donde el 79 % de Turistas Extranjeros quieren comprar un tour en una Operadora de Turismo y debemos indicar que el 53% prefieren pagar el tour en efectivo.

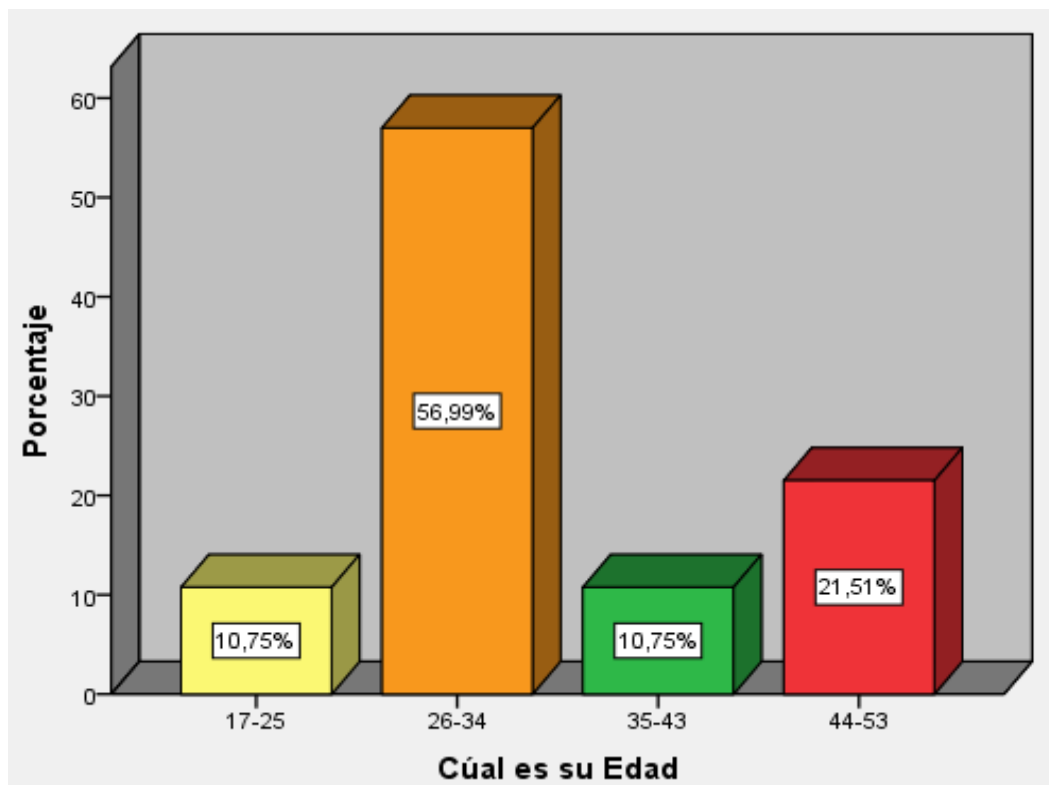
## 10. Sistematización de resultados Turistas Nacionales

### a. Edad

**Tabla 52** Rango de edad de Turistas Nacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje e válido	Porcentaje acumulado
Válido	17-25	30	10,8	10,8	10,8
	26-34	159	57,0	57,0	67,7
	35-43	30	10,8	10,8	78,5
	44-53	60	21,5	21,5	100,0
	Total	279	100,0	100,0	

LI	LS
17	53
Recorrido	36
Nª Grupos	4
Rango	9



**Gráfico 24** Rango de edad de turistas nacionales

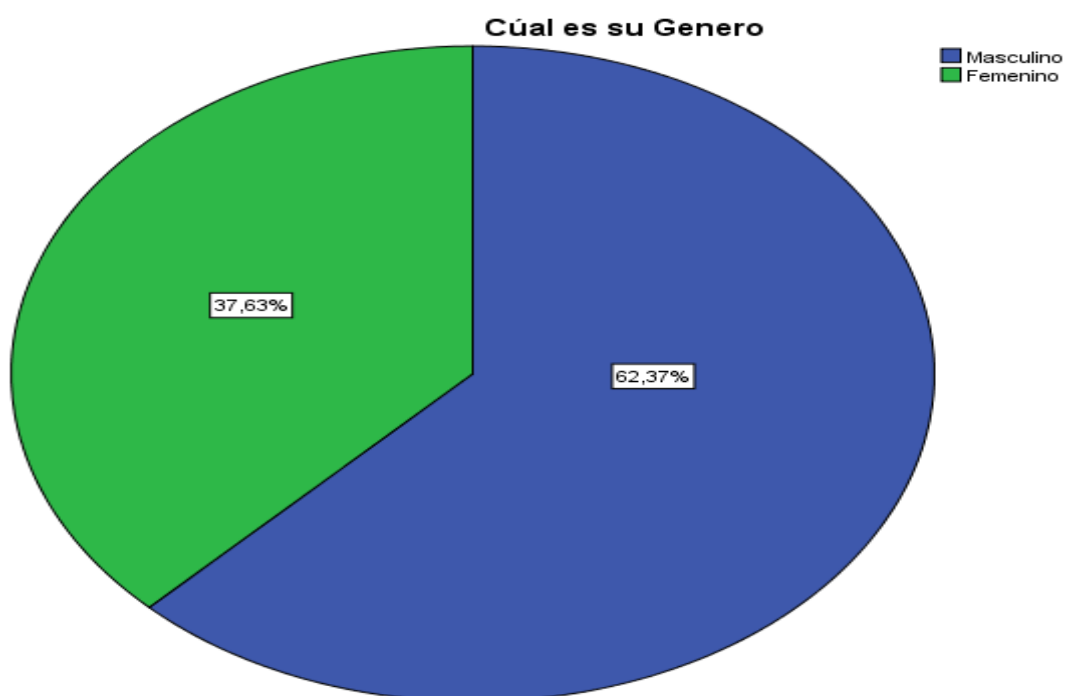
El 57 % de Turistas Nacionales se encuentran en edades comprendidas entre 26 a 34 años, seguidos del 22 % en edades de 44 a 53 años, además el 11 % corresponde a edades entre 35 a 43 y 54 a 62 años.



## b. Género

**Tabla 53** Género de los turistas nacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	174	62,4	62,4	62,4
	Femenino	105	37,6	37,6	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



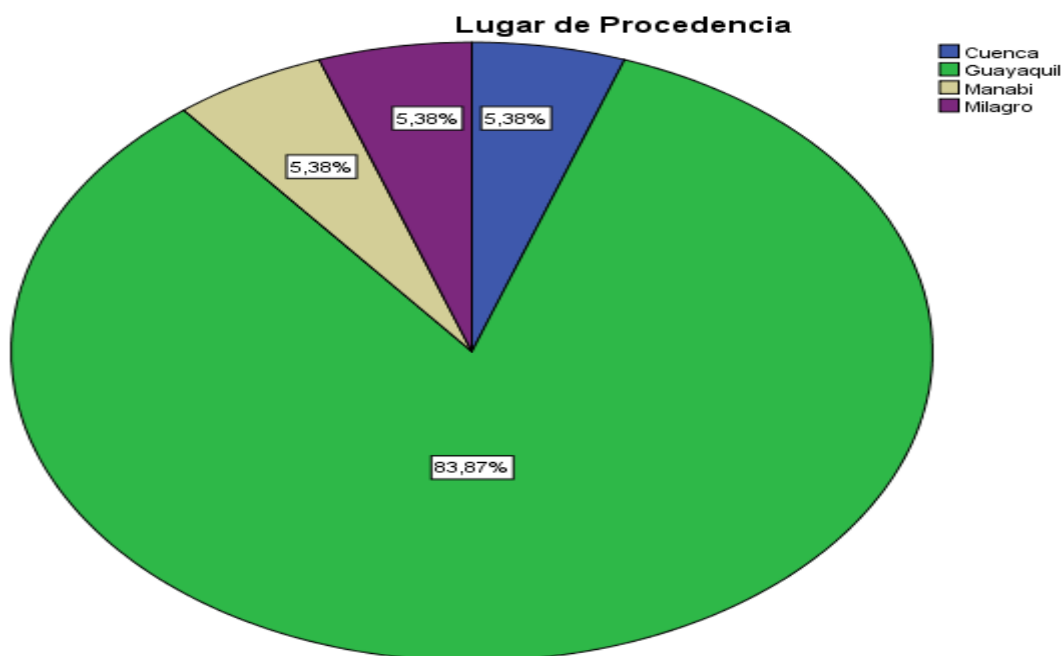
**Gráfico 25** Género de los turistas nacionales

De los Turistas Nacionales encuestados el 62 % son de género masculino, mientras que el 38% son de género femenino.

**c. Lugar de procedencia**

**Tabla 54** Lugar de procedencia de los turistas nacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Cuenca	15	5,4	5,4	5,4
	Guayaquil	234	83,9	83,9	89,2
	Manabi	15	5,4	5,4	94,6
	Milagro	15	5,4	5,4	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



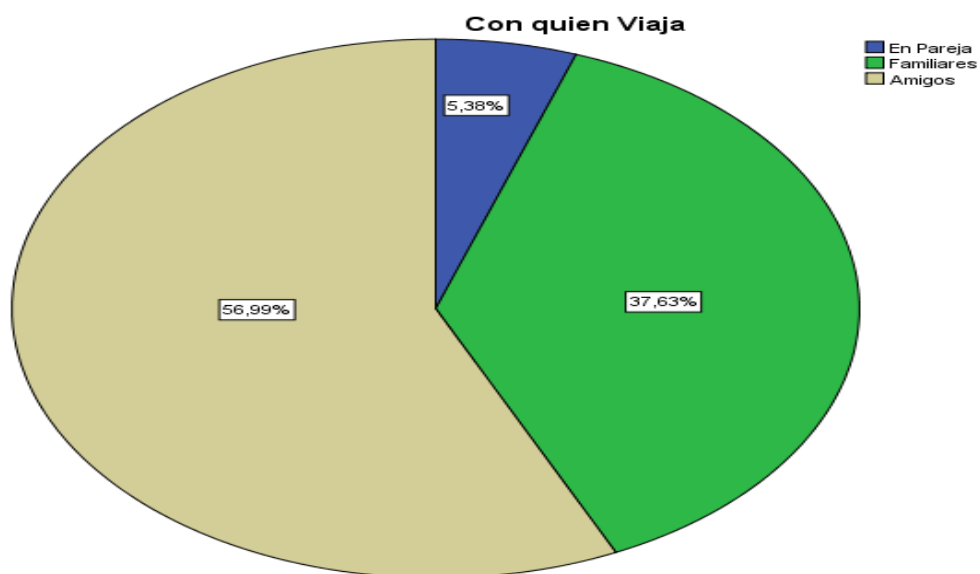
**Gráfico 26** Lugar de procedencia de los turistas nacionales

El 84% de Turistas Nacionales proviene de Guayaquil, seguidos por igual porcentaje de Manabí, Milagro, Cuenca.

**d. Con quien viaja**

**Tabla 55** Con quien viajan los turistas nacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En Pareja	15	5,4	5,4	5,4
	Familiares	105	37,6	37,6	43,0
	Amigos	159	57,0	57,0	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



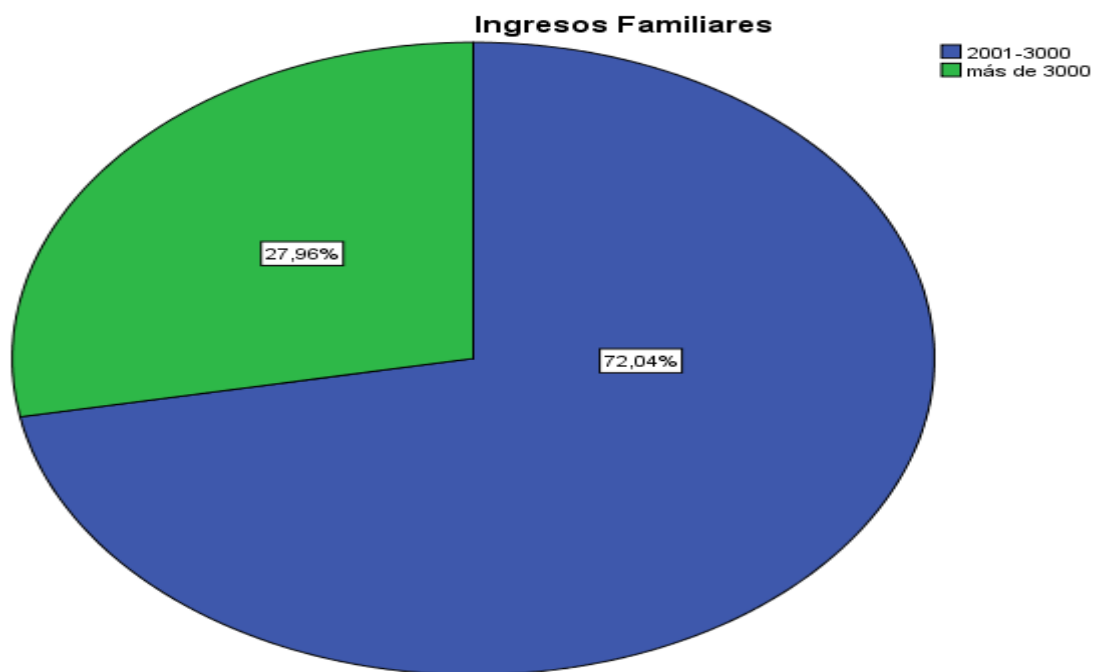
**Gráfico 27** Con quien viaja el turista nacional

De los Turistas Nacionales encuestados 57% viaja con amigos, el 37% con familiares y el 5% viajan en pareja.

**e. Ingreso económico mensual por familiar.**

**Tabla 56** Nivel de ingresos mensual por familia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2001-3000	201	72,0	72,0	72,0
	más de 3000	78	28,0	28,0	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



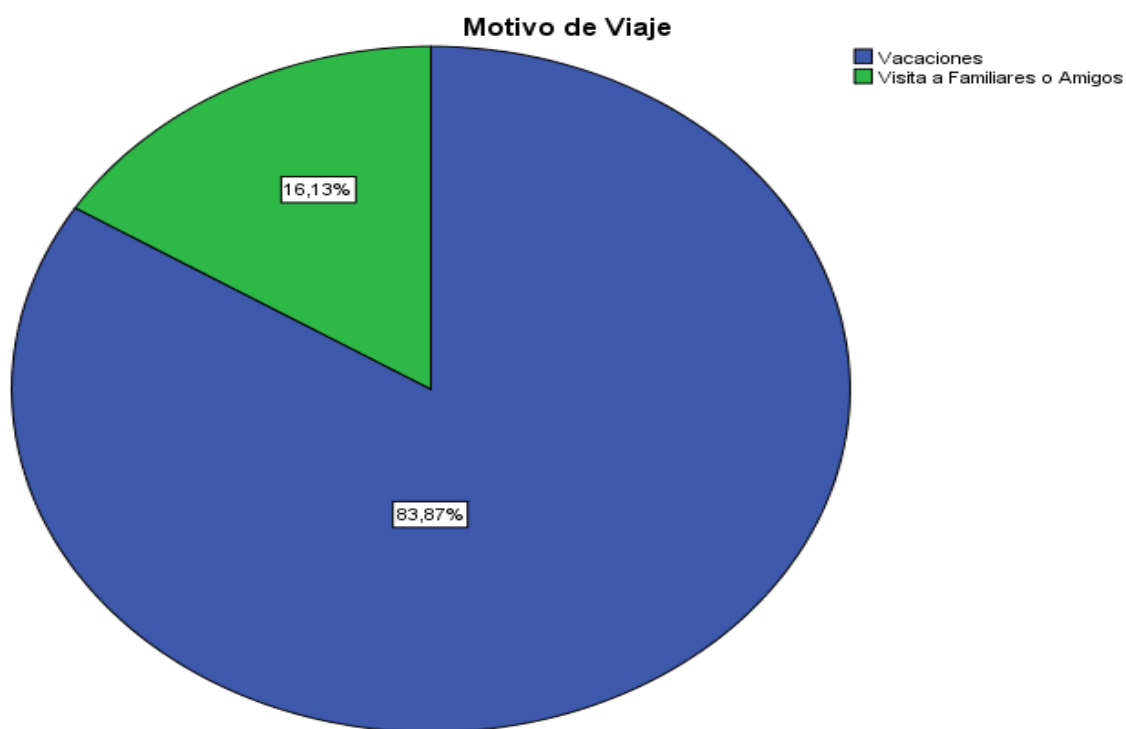
**Gráfico 28** Nivel de ingresos mensuales por familia

El 72% de Turistas Nacionales percibe un ingreso mensual entre 2001 a 3000 dólares, mientras que el 28% entre más de 3000 dólares.

### f. Motivo del viaje

**Tabla 57** Motivo de viaje de los turistas nacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Vacaciones	234	83,9	83,9	83,9
	Visita a Familiares o Amigos	45	16,1	16,1	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



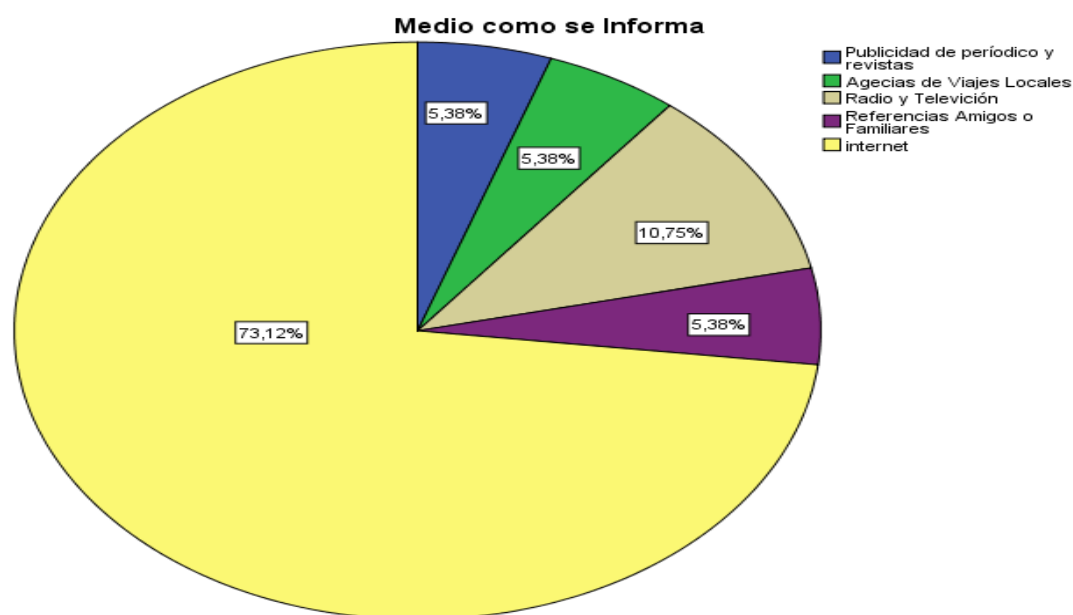
**Gráfico 29** Motivo de viaje de los turistas nacionales

De los Turistas Nacionales encuestados el 84% realizan viajes por vacaciones, y el 16% ha visitar a familiares o amigos.

**g. Medio de información utilizado**

**Tabla 58** Medio de información que usan los turistas nacionales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Publicidad de periódico y revistas	15	5,4	5,4	5,4
	Agencias de Viajes Locales	15	5,4	5,4	10,8
	Radio y Televisión	30	10,8	10,8	21,5
	Referencias Amigos o Familiares	15	5,4	5,4	26,9
	Internet	204	73,1	73,1	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



**Gráfico 30** Medio de información que usan los turistas nacionales

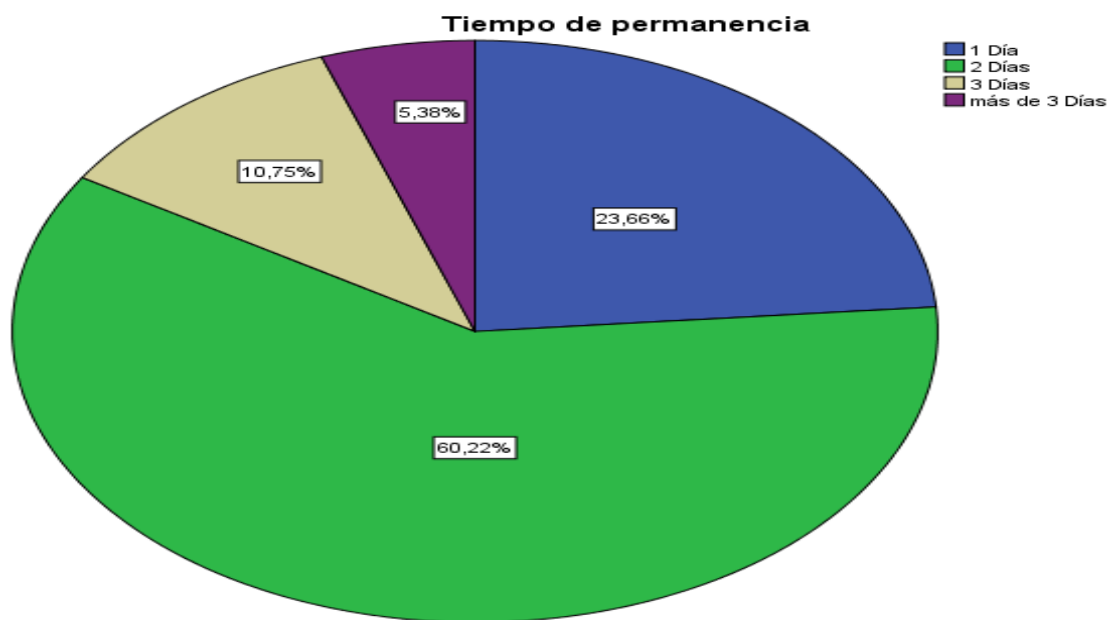
El 73% de turistas Nacionales utilizan el internet como medio de información de un lugar a conocer, seguidos del 11% que lo hacen a través radio-televisión y el 5% en agencias de viajes, periódicos- revistas y a través de referencias de amigos y familiares.

De las personas que usan Internet el 60% utilizan Google y el 40% utilizan redes sociales como Facebook y Twitter para obtener información.

### h. Tiempo de permanencia al realizar un viaje turístico

**Tabla 59** Tiempo de permanencia al realizar un viaje por motivo de Turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 Día	66	23,7	23,7	23,7
	2 Días	168	60,2	60,2	83,9
	3 Días	30	10,8	10,8	94,6
	más de 3 Días	15	5,4	5,4	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



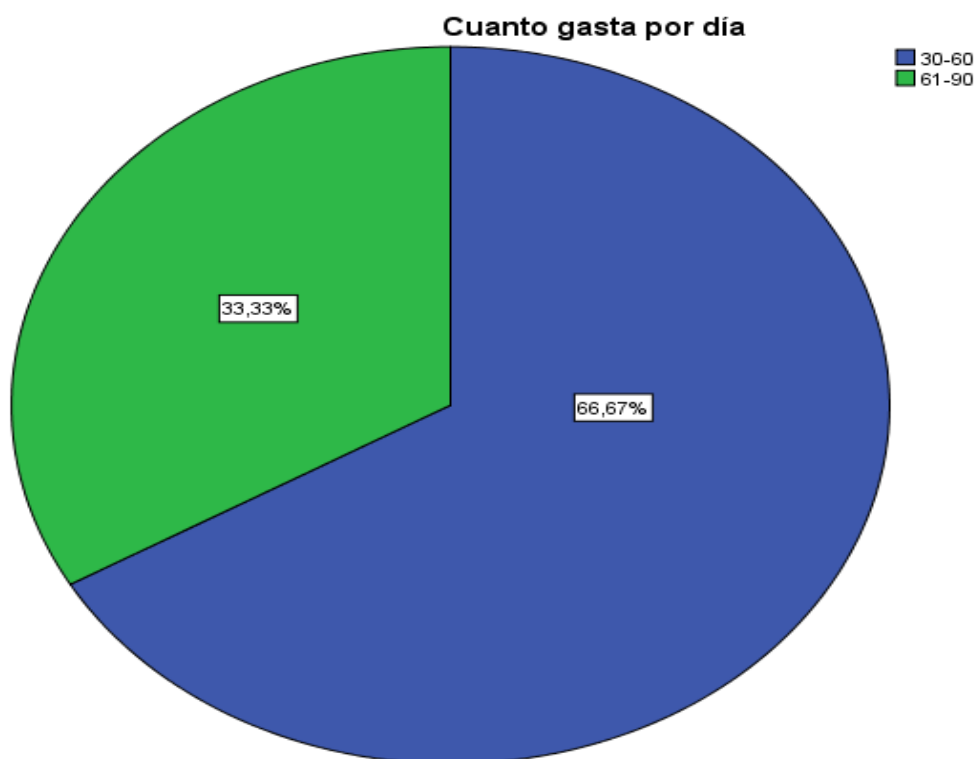
**Gráfico 31** Tiempo de permanencia al realizar un viaje por motivo de turismo

El 60% de Turistas Nacionales al realizar un viaje por motivo de turismo permanecen mínimo 2 días, el 24% permanece de 1 día, el 10% 3 días y el 5% más de 5 días.

**i. Gasto promedio por persona cada día**

**Tabla 60** Gasto por persona por día.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	30-60	186	66,7	66,7	66,7
	61-90	93	33,3	33,3	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



**Gráfico 32** Gasto por persona por día.

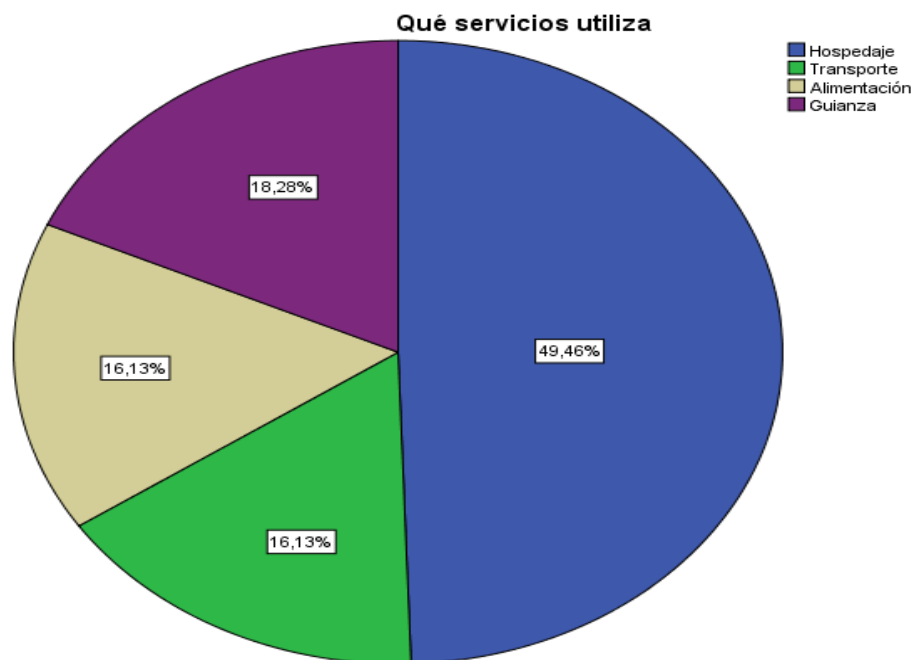
De los Turistas Nacionales encuetados el 67% gastan de 30-60 dólares por día por persona, y el 33% de 61 a 90 dólares.



### j. Servicios que utiliza al viajar

**Tabla 61** Servicios turísticos al viajar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hospedaje	138	49,5	49,5	49,5
	Transporte	45	16,1	16,1	65,6
	Alimentación	45	16,1	16,1	81,7
	Guianza	51	18,3	18,3	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



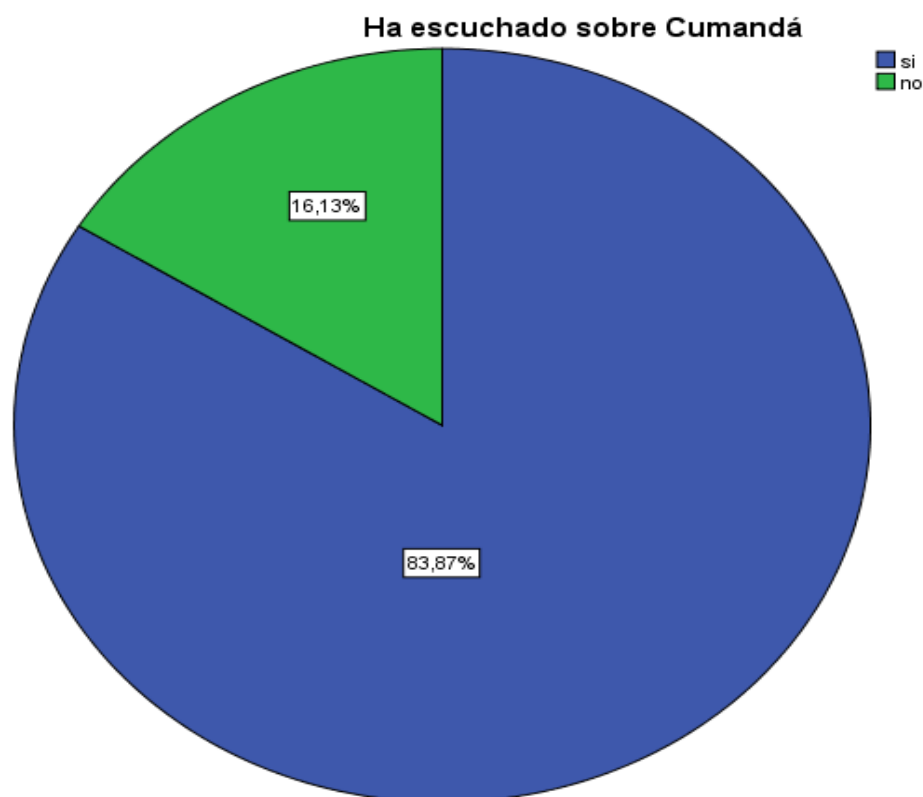
**Gráfico 33** Servicios Turísticos

El 50% de Turistas Nacionales utilizan el servicio de Hospedaje, el 18% el servicio de Guianza y el 16 % los servicios de alimentación y transporte.

**k. Conocimiento sobre Cumandá o Bucay.**

**Tabla 62** Conocimiento sobre Cumandá o Bucay.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	si	234	83,9	83,9	83,9
	no	45	16,1	16,1	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



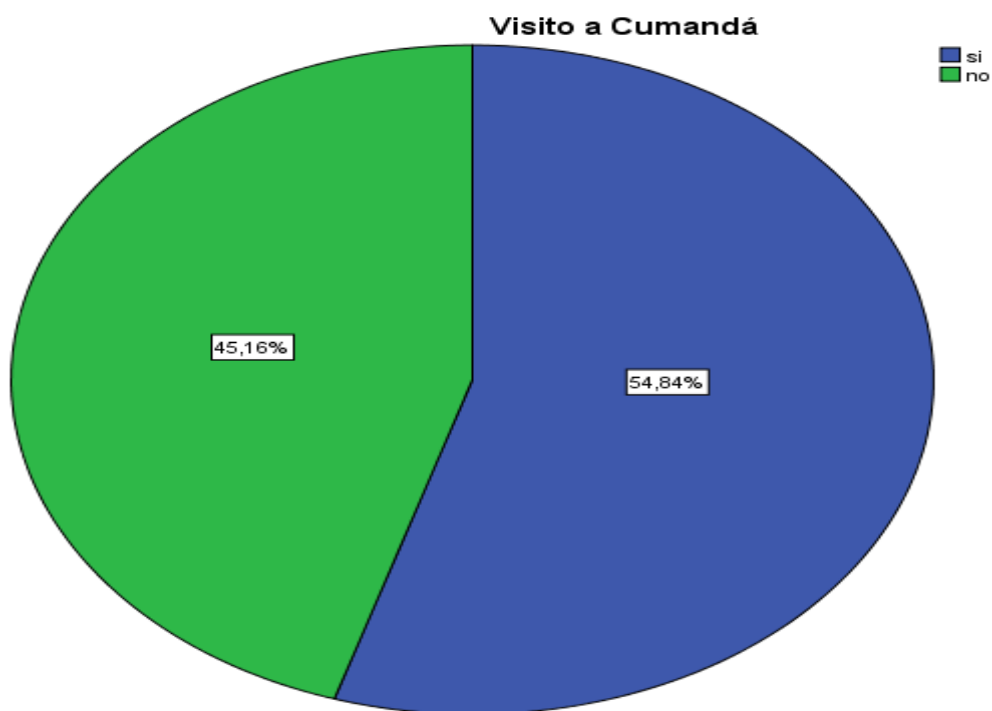
**Gráfico 34** Conocimiento sobre Cumandá o Bucay

El 84% de Turistas Nacionales si tienen conocimiento sobre el cantón Cumandá o Bucay, mientras que el 16 % no tiene conocimiento de las actividades.

# 1. Ha visitado Cumandá o Bucay.

**Tabla 63** Ha visitado Cumandá o Bucay.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	153	54,8	54,8	54,8
	No	126	45,2	45,2	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



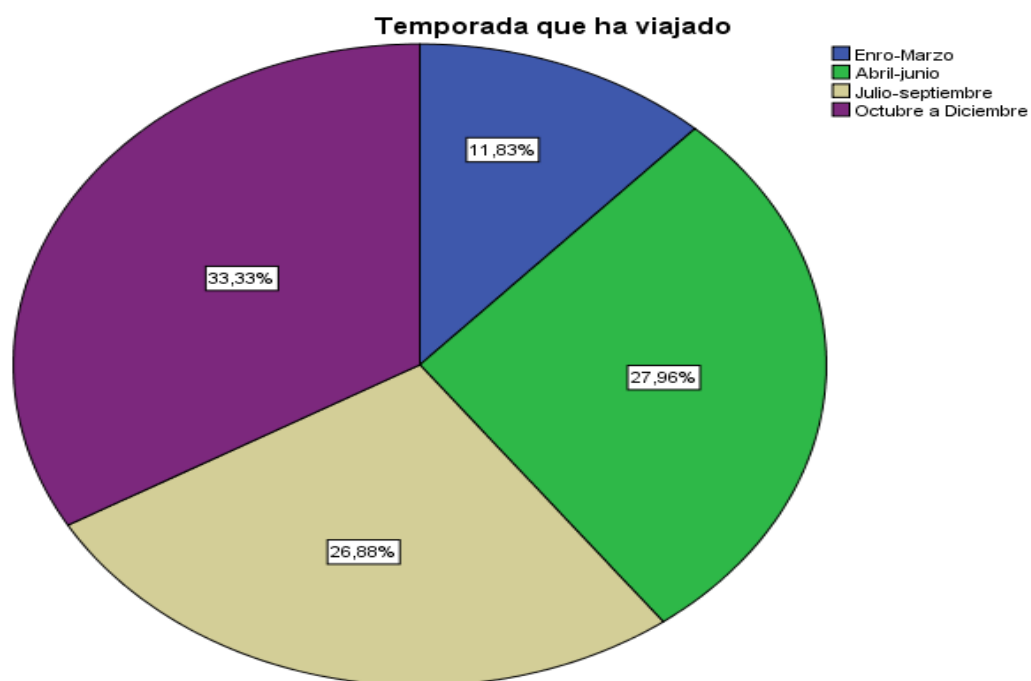
**Gráfico 35** Interés en realizar deportes de aventura.

El 55% de Turistas Nacionales si han visitado el cantón Cumandá o Bucay, mientras que el 45% no han Visitado Cumandá o Bucay.

### m. Temporada del año en viajar

**Tabla 64** Temporada del año e viajar.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Enro-Marzo	33	11,8	11,8	11,8
	Abril-junio	78	28,0	28,0	39,8
	Julio-septiembre	75	26,9	26,9	66,7
	Octubre a Diciembre	93	33,3	33,3	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



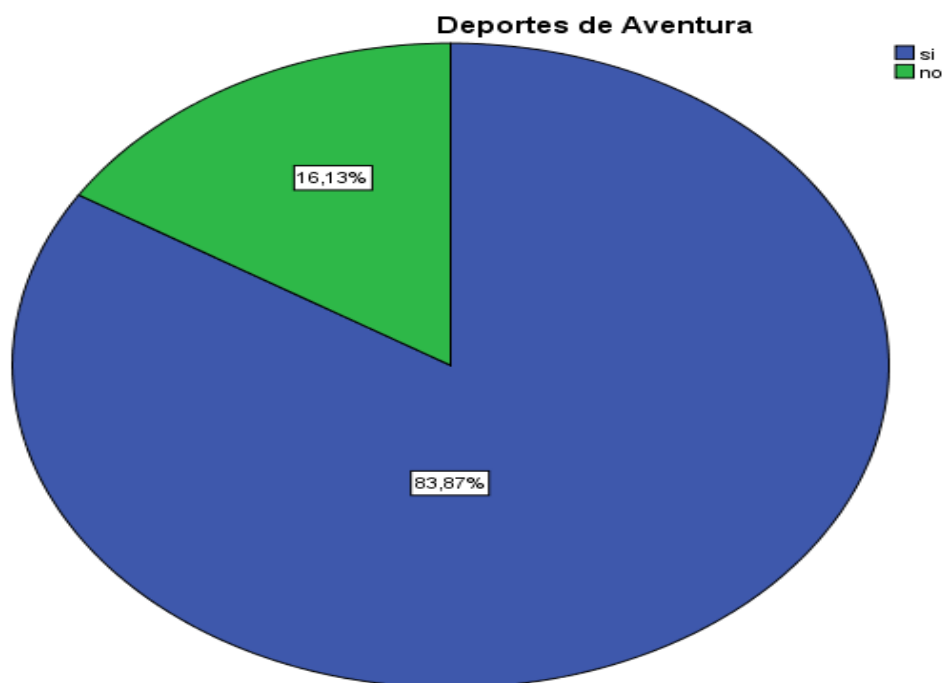
**Gráfico 36** Temporada del año en viajar.

El 33% de Turistas Nacionales viajan en la temporada de Octubre a diciembre, seguidos de 28% en la temporada de Abril-Junio, el 27% en Julio-Septiembre y finalmente el 12% en Enero a Marzo.

**n. Interés en realizar deportes de aventura**

**Tabla 65** Interés en realizar Deportes de Aventura en Cumandá.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	234	83,9	83,9	83,9
	No	45	16,1	16,1	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



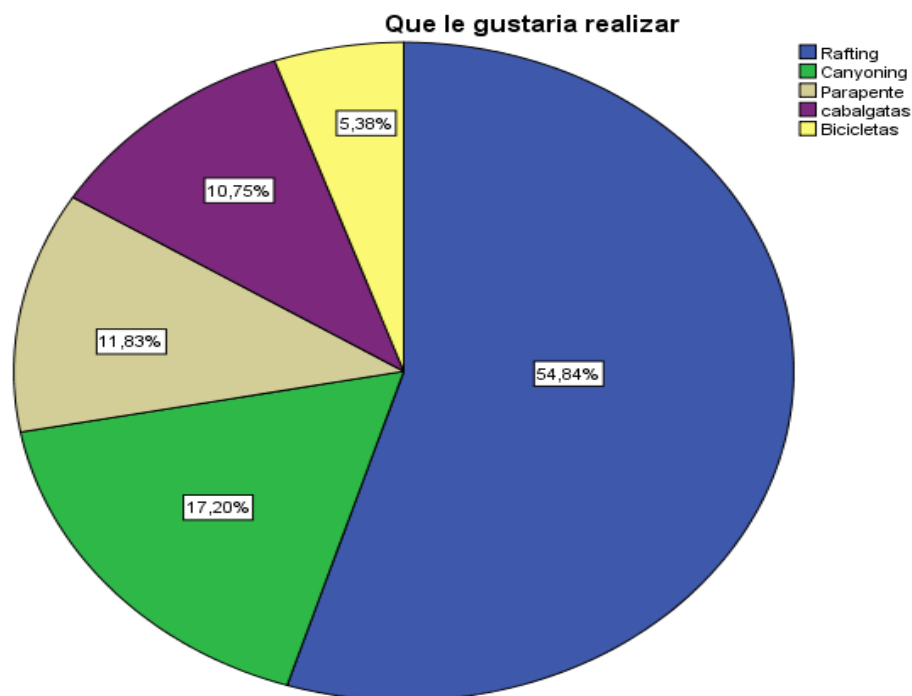
**Gráfico 37** Interés en realizar deportes de aventura.

El 84 % de Turistas Nacionales tienen el interés de realizar las diferentes actividades de aventura, mientras que el 16 % no tienen el interés de realizar los tour de aventura.

**o. Cuál de estas actividades de aventura le gustaría realizar**

**Tabla 66** Actividades de aventura a elegir.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rafting	153	54,8	54,8	54,8
	Canyoning	48	17,2	17,2	72,0
	Parapente	33	11,8	11,8	83,9
	cabalgatas	30	10,8	10,8	94,6
	Bicicletas	15	5,4	5,4	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



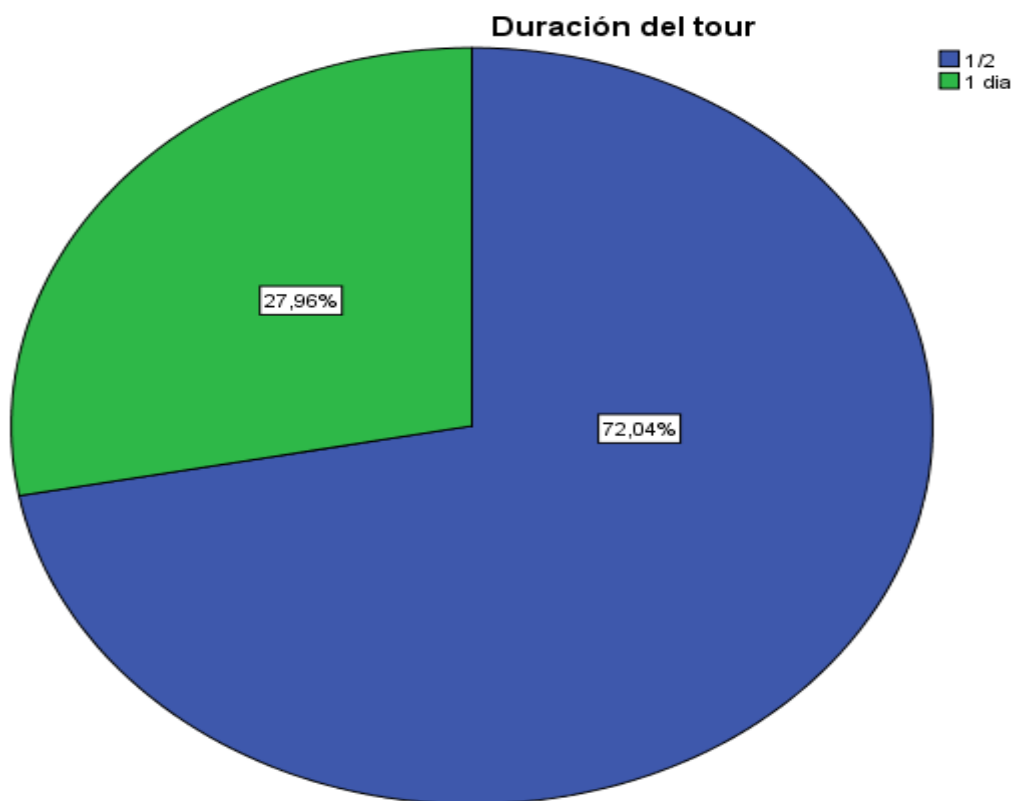
**Gráfico 38** Actividades de Aventura a elegir

El 55 % de Turistas Nacionales quieren realizar Rafting, seguidos del 17 % que desea realizar Canyoning, el 12 % Parapente, el 11 % Cabalgatas y el 5% Bicicletas.

**p. Tiempo de duración del Tour.**

**Tabla 67** Tiempo de duración del tour.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	½	201	72,0	72,0	72,0
	1 día	78	28,0	28,0	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



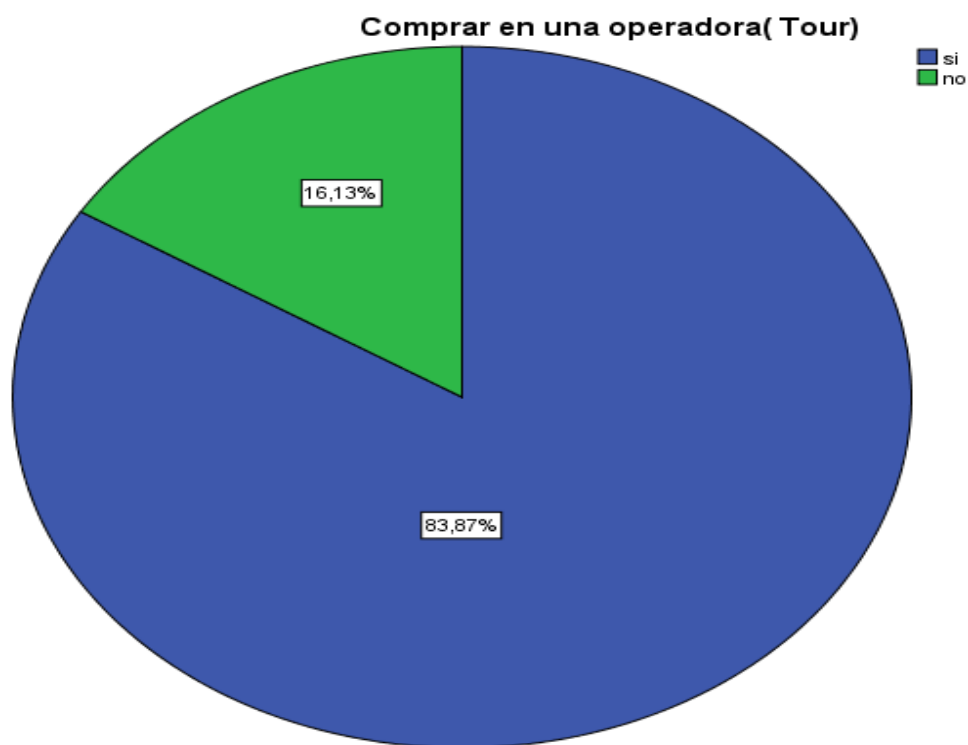
**Gráfico 39** Tiempo de duración del tour.

El 72 % de Turistas Nacionales quieren un de tour de medio día, y el 28 % prefieren un día de duración.

**q. Comprar un producto (tour) en una Operadora de Turismo.**

**Tabla 68** Comprar un producto (tour) en una Operadora de Turismo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	234	83,9	83,9	83,9
	No	45	16,1	16,1	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



**Gráfico 40** Comprar un producto (tour) en una Operadora de Turismo.

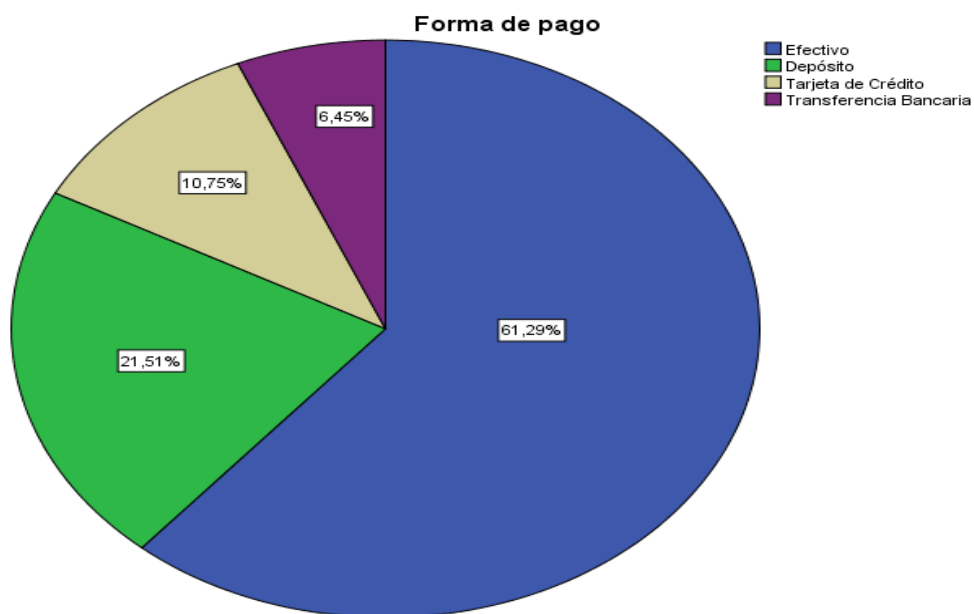
El 84 % de Turistas Nacionales prefieren comprar un tour en una Operadora de Turismo y mientras que el 16 % no prefieren comprar por una operadora.



### r. Forma de Pago

**Tabla 69** Forma de Pago

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Efectivo	171	61,3	61,3	61,3
	Depósito	60	21,5	21,5	82,8
	Tarjeta de Crédito	30	10,8	10,8	93,5
	Transferencia Bancaria	18	6,5	6,5	100,0
	Total	279	100,0	100,0	



**Gráfico 41** Forma de Pago

El 61 % de turistas Nacionales prefieren realizar su pago en efectivo y el 21 % a través de un Depósito Bancario.

#### **s. Perfil del Turista Nacional**

El 57 % de Turistas Nacionales se encuentran en edades comprendidas entre los 26 a 34 años, distribuidos en el 62 % de género masculino y el 38 % de género femenino, de los cuales el 84% provienen de Guayaquil, en donde el 57 % viajan con amigos, con un ingreso mensual de 2001 a 3000 dólares que representa 72 %, ya que cuyo principal motivo de viaje es por vacaciones, en la temporada de Octubre-Diciembre, por lo que el 73 % se informan por el Internet.( el 60% utilizan Google y el 40% utilizan redes sociales como Facebook y Twitter)

El 60 % de Turista Nacionales permanecen mínimo 2 días por motivos de turismo, el 67 % gasta alrededor de 30 a 60 dólares por día y persona. El cual 44 % al viajar utiliza el servicio de Hospedaje, en donde el 84 % de Turistas Nacionales si tienen conocimiento sobre el cantón Cumandá o Bucay, por lo que el 55% si han visitado estos dos cantones. El 84 % de turistas Nacionales tienen interés en realizar los deportes de aventura, ya que el 72 % prefiere realizar un tour de medio día, de actividades como el Rafting o Canyoning, en donde el 84 % de Turistas Nacionales quieren comprar un tour en una Operadora de Turismo y debemos indicar que el 61% prefieren pagar el tour en efectivo.

## 10. Análisis de la Oferta

El análisis de la oferta turística se efectúa en base a sus dos componentes que son:

### a. Análisis de la oferta turística actual

#### 1) Atractivos

**Tabla 70** Atractivos del cantón Cumandá

Nº	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	DESCRIPCION
01	Cascada el Encanto de la Princesa	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I	Se encuentra dentro del recinto Guagal, sus características permiten que sea ideal para la recreación.
02	Cascada Paila de Oro	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I	Ubicado junto a la cascada Encanto de la Princesa, en el recinto Guagal, apto para baños y fotografías.
03	Cascada La Chorrera de Diablo	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I	Atractivo de 30m de altura, ideal para la práctica de deportes extremos canyoning
04	Cascada Chilicay	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I	Cascadas de 30m de altura para toma de fotografías.
05	Río Chanchán	Sitio Natural	Ríos	Rápidos	II	Forma parte de la Historia del Ferrocarril, es un río con caudal estacionario.
06	Río San Pablo	Sitio Natural	Ríos	Moderado	I	Río de agua cristalina, ideal para tomar baños relajantes.
07	Laguna Encantada de Santa Rosa	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	I	Se ubica a 30min de la cabecera cantonal, es una laguna que se forma en época de invierno.

Nº	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	DESCRIPCION
08	Bosque de Santa Rosa de Suncamal	Sitios Naturales	Bosques	Bosque Húmedo Nublado	I	Se ubica a 25min de la cabecera cantonal y por su abundancia en flora y fauna es posible realizar, observación de especies de flora, fauna.
9	Bosque el Nogalero	Sitio Natural	Bosques	Bosque Semihúmedo	I	Este bosque posee gran cantidad de especies arboreas de nogal, lo que hace que sea un lugar ideal para el senderismo.
10	Bosque Protector Chilicay Manuelita	Sitio Natural	Área Protegida	Bosque Protector	II	Se ubica aproximadamente a 2 horas de la cabecera cantonal, posee variedad de especies de aves, y exuberante flora.
11	El Sepulcro	Sitio Natural	Fenómeno Geológico	Escarpa de Falla	I	
12	Mirador Llalla Cocha	Sitio Natural	Montaña	Mirador	I	Se ubica en la comunidad de Copalillo, desde aquí se puede observar el recorrido del río Chimbo en su paso hacia Guayaquil.
13	Piedras Talladas (Hcda Polibio Paredes)	Manifestaciones culturales	Histórico	Petroglifos	I	Desde este lugar se puede observar un hermoso paisaje y escuchar el cauce del río Blanco que se encuentra cerca.
14	Paradero de venta de Frutas y Licores	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Gastronomía	I	Se ubica a un costado de la vía principal, se puede encontrar gran variedad de frutas de clima tropical.
15	Camino Antiguos de Herradura Guagal	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura Civil	I	Se ubica en la parte Nor este del recinto Guagal, en su recorrido se puede disfrutar de paisajes maravillosos.
16	Ruta del Contrabandista	Manifestaciones Culturales	Histórico	Arquitectura Civil	II	Se ubica a lo largo del recinto Guagal, y fue un sitio de paso del trago de contrabando.
17	Complejo Turístico Arco de Piedra	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura Civil	II	Este complejo se ubica en el recinto la Victoria, por sus instalaciones es ideal para la recreación.
18	Túnel de los Murciélagos	Manifestaciones culturales	Histórico	Arquitectura Civil	II	Este túnel forma parte de la antigua represa de Mayahuan, y en su interior se pueden observar variedades de murciélagos.
19	Represa Mayahuan	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas,	Obras técnicas	I	Forma parte de los vestigios de la primera represa Hidroeléctrica del país. Se observa el

Nº	NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA	DESCRIPCION
			científicas			canal o conducto de agua de km de largo.
20	Hacienda San Francisco	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Hacienda	II	Esta hacienda posee areas de produccion de banano, ganado y areas de bosque, es un sitio ideal para la recreacion turistica.
21	Hacienda Surucay	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Hacienda	II	En esta hacienda es posible realizar actividades relacionadas con el ecoturismo.
22	Rio Chimbo	Sitio Natural	Río	Rapidos Raudales	II	El Rio Chimbo es principal atractivo para la realizacion de deportes de aventura como el Rafting y tubing
23	Fábrica de Lácteos Valle Hermoso	Manifestaciones Culturales	Explotaciones Industriales	Fábrica de Lácteos	II	Se ubica en el recinto Suncamal y se realiza observación del proceso de producción de quesos
24	Bio- caña	Manifestaciones Culturales	Explotaciones Industriales	Fábrica de Panela	II	Se ubica en el recinto Suncamal, observación del proceso de la elaboración de panela y azúcar morena desde el corte de la caña.
25	Trapiche rudimentario San Vicente	Manifestaciones Culturales	Explotaciones Industriales	Trapiche	II	Se ubica en el recinto Suncamal, demostraciones de la elaboración de la panela y del trago
26	Iglesia de Suncamal	Manifestaciones Culturales	Arquitectura y Espacios Urbanos	Iglesia	II	Se encuentra ubicada en el centro del recinto, y su arquitectura es hecha en madera.
27	Casa antigua de Suncamal	Manifestaciones Culturales	Histórico	Edificaciones (casa)	I	Casa de material autoctono, bambu y adobe, la propietaria da a conocer la historia del recinto Suncamal

**Fuente:** Evaluación de potencial turístico.

**Elaborado por:** Doris Villalva Bustamante

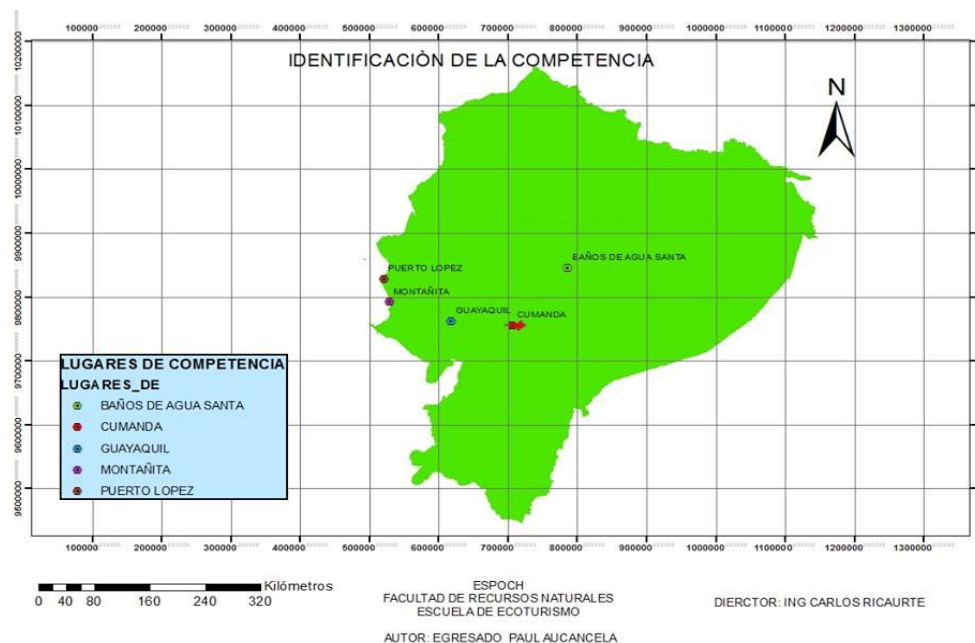
## 2) Análisis de la oferta

Cumandá cuenta con 27 atractivos entre naturales y culturales, 12 atractivos tienen jerarquía II, lo que representa un 44% del total, y 15 atractivos que se encuentran en jerarquía I, representa el 56% del total. Es importante mencionar que el inventario de los atractivos ha sido facilitado por el municipio de Cumandá 2015”.

El cantón Cumandá presenta una planta hotelera con una capacidad instalada de 167 plazas, que se distribuyen principalmente en hosterías, la planta hotelera se ubica en su mayoría en los recintos del cantón, entre los servicios adicionales se encuentran la alimentación, y servicios adicionales de recreación, como recorridos turísticos y piscinas.

La capacidad instalada la categoría de primera es de 30 plazas disponibles en la hostería Luis Antonio, mientras la capacidad instalada de segunda categoría es 15 plazas disponibles en la hostería Olympus, y la capacidad instalada restante es de 122 plazas disponibles en tercera categoría.

**Mapa 4 Competencia**



## b. Análisis de la oferta sustitutiva

### 1) Identificación de Competidores

No se ha considerado al cantón General Antonio Elizalde (Bucay) como la oferta sustitutiva debido a la cercanía y fácil accesibilidad que existe con el cantón Cumandá, pero como competidores directos a la Ciudad de Baños de Agua Santa debido a los destinos turísticos con características similares y a la Ruta del Spondylus por el potencial turístico de la playas de Montañita y de Puerto López.

**Tabla 71** Análisis de la Competencia

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DIRECTA				
Oferta Sustitutiva	Características			Precio \$
<b>Baños de Agua Santa</b>	Bosque lluvioso (rain forest), cascadas, ríos, amazonia, culturas, áreas protegidas( <i>Sangay o Llanganates</i> ), gastronomía, tradiciones( carrera de coches de madera), volcán, diversión nocturna	Deportes de aventura	Rafting Canyoning Canopy Parapente Biking Selva Trekking Kayak de río Slakline	30 30 25 60 10 60 50 60 25
<b>Montañita</b>	Playa, sol, arena, cultura, gastronomía, tradiciones, diversión nocturna	Deportes de aventura	Surf Snorkelt Kayak de mar Banana Parapente Alas delta Water ball Kite surf Wakeboard	60 20 20 20 40 60 60 60 60
<b>Puerto López</b>	Playa, arrecifes de coral, islas, cultura, área protegida ( <i>Machalilla</i> ) arqueología	Deportes de aventura	Surf Snorkelt Kayak de mar Banana Parapente Buceó	60 20 20 20 40 60

**Elaborado:** Paul Aucancela

## 2) Descripción de las características de la competencia.

### a) Cantón General Antonio Elizalde (Bucay)

Bucay presenta 13 atractivos entre naturales y culturales. 1 es de jerarquía III con el 8%, 4 atractivos de jerarquía II que representan el 31%, y 8 de jerarquía I que representan el 61%.

En jerarquía III se encuentra el Tren de la Dulzura, de jerarquía II: las cascadas de Piedra Blanca y Chorrera del Amor, el Bosque la Esperanza, la cascada Gallo de la Peña. Los atractivos que poseen Jerarquía I están: los ríos San Antonio, Chimbo y Limón, Balneario el Chague, Malecón de Bucay, las Finca la Victoria y el Trapiche artesanal.

#### i. Hospedaje

Bucay cuenta con 9 establecimientos hoteleros con una capacidad instalada de 221 plazas disponibles en hosterías y hoteles, más del 50% se encuentran en el centro cantonal.

#### ii. Alimentación

El cantón Bucay presenta 25 establecimientos de alimentación con un total de 664 plazas, brindan desde un menú tradicional como tilapia asada, caldo de gallina criolla, como también platos a la carta y almuerzos.

**Tabla 72** Guías que operan en el cantón Bucay.

N°	NOMBRE	TIPO DE GUIA	CONTACTOS	OBSERVACIONES
1	Roberto Bustamante	Nacional / Con licencia	0994473558	Actividades de aventura, recorridos ecoturísticos
2	Federico Calle	Nativo / Sin licencia	0939861636	Guianza en la comunidad Shuar
3	Pablo Villamarín	Nativo / Sin licencia	0986110189	Recorridos ecoturísticos, e interpretación trapiche.
4	Luis Yáñez	Nativo/ Sin licencia	0984976423	Turismo de aventura, recorridos ecoturísticos
5	Juan Pérez	Nacional/ Con licencia	0993035302	Actividades de aventura, recorridos ecoturísticos

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2015.



**Tabla 73** Cantón General Antonio Elizalde (Bucay).

GENERAL ANTONIO ELIZALDE (Bucay)		
LOCALIZACIÓN		
<b>Provincia:</b> Guayas		<b>Cantón:</b> Bucay
<b>Distancia:</b> Guayaquil a Bucay 97km		<b>Tiempo:</b> 1h: 30 minuto
<b>Altura:</b> 350m	<b>Temperatura:</b> 25 C°.	<b>Precipitación :</b> 1000mm a 2000m
POTENCIALIDADES TURISTICAS		
		
<p>Bucay, cuenta con una variedad de atractivos que forman parte de la magia del lugar y en el que se destacan las cascadas del sector de Piedra Blanca y donde se encuentra la más alta, Isabelita con 90 metros. Piedra Blanca, situadas a 16 kilómetros de Bucay, en la vía que conduce a Chillanes, es un complejo de varias cascadas que ofrecen la posibilidad de realizar deportes de alto riesgo. Para llegar a las diferentes caídas de agua se camina por senderos ecológicos, en cuyo trayecto se observa un frondoso bosque nativo en el que habitan diversos tipos de aves, mariposas y flores que alegran el paisaje. En el área de las cascadas se puede practicar rapel, parapente, trekking, ciclismo y cabalgatas. Otras actividades de aventura, como rafting y tubing, pueden ser realizadas en el Río Chimbo.</p>		

## **b) Baños de Agua Santa**

Baños presenta aproximadamente más de 68 atractivos entre naturales y culturales en su mayoría de jerarquía IV y III, tales como: el volcán Tungurahua, el Pailón Del diablo, Cascada Manto de la Novia, La Iglesia de la virgen de Baños de Agua Santa, el Río Pastaza, La cascada de Chamana, cascada de Agoyan, Río Blanco, Cascada de Machay, junto a dos áreas protegidas como Parque Nacional Sangay y los Llanganates.

### **i. Hospedaje**

De acuerdo al Departamento de Turismo del GAD Municipal del Cantón de Baños en el último feriado del 2015, normalmente en un feriado los 128 hoteles en Baños de Agua Santa están casi copados, en muchos de los casos la ocupación hotelera llega al 100% en los días previos a un feriado, por lo que cuenta con más de 7000 plazas.

En este cantón existen hoteles 5 estrellas como: Luna Runtum, El Sangay, Samary, la floresta, Casa real.

### **ii. Agencias de Viajes**

De acuerdo a la información del catastro turístico de la dirección de turismo del Municipio de Baños 2012 (Tungurahua), existen 56 Establecimientos turísticos entre Duales y Operadoras en donde los establecimientos turísticos brindan servicios de deportes de aventura, tales como el rafting, canyoning, rock climbing, parapente, canoping, kayak, trekking, paseo en bicicleta o a caballo y tour a la selva de 1 a 5 días.

**Tabla 74** Cantón Baños de Agua Santa (Pedacito de Cielo)

BAÑOS DE AGUA SANTA		
LOCALIZACIÓN		
<b>Provincia:</b> Tungurahua		<b>Cantón:</b> Baños
<b>Distancia:</b> Guayaquil a Baños 320km		<b>Tiempo:</b> 5h: 16 minuto
<b>Altura:</b> 1800 m	<b>Tempertura</b> 18 C°.	<b>Precipitación :</b> 1300 mm
POTENCIALIDADES TURISTICAS		
		
<p>Baños se ha convertido en un destino interesante para los turistas internacionales que buscan un clima templado durante todo el año. El lugar brinda un ambiente de ciudad pequeña y es un punto de partida para explorar el Ecuador al aire libre.</p> <p>Gracias a su topografía y atractivos naturales Baños es el lugar ideal para realizar deportes de aventura. Las operadoras de turismo locales cuentan con el equipo técnico y logístico calificado, para brindarle una experiencia única y segura.</p>		

### **c) Comunidad de Montañita**

Montañita se encuentra ubicado en la provincia de Santa Elena, donde forma parte de la ruta del Spondylus anteriormente llamado la ruta del Sol, esta comunidad se encuentra a 200 km desde el puerto principal de Guayaquil a 3 horas aproximadamente, los pueblos más cercanos son Olon por el norte y Manglaralto por el sur.

Montañita es el lugar perfecto donde los amantes deportivos pueden encontrar la mejor playa para practicar el surf con olas que alcanzan hasta tres metros de altura. Considerada como la capital del surf del Ecuador, Montañita es, a veces, un tranquilo pueblo durante el día, pero en las noches los bares están llenos de gente, especialmente los fines de semana, cuando llegan turistas de ciudades cercanas como Guayaquil, en los días feriados y en los campeonatos nacionales e internacionales de surf, realizados entre febrero y marzo.

#### **i. Hospedaje**

De acuerdo al catastro turístico de Montañita existen más de 80 establecimientos de hospedaje con un aproximado de 4000 plazas distribuidas en distintas opciones como hoteles, hostales, cabañas, camping y casas de alquiler de la Comuna (estas últimas pueden ser utilizadas desde una noche o el tiempo que se quiera hospedar el turista).

Los precios para el alojamiento oscilan entre 5 USD y 50 USD por noche y por persona y depende de la variedad de servicios como televisión por cable, agua caliente y potable, aire acondicionado, mini-bar, lavandería, piscina y jacuzzi, entre otros; el nivel de confort que preste el establecimiento y la capacidad de personas que pueden alojarse.

Cada uno de estos hoteles y hostales se caracteriza por su estilo rústico de la costa, a base de caña, madera y paja, dada la cercanía de algunos establecimientos con el océano, poseen un ambiente fresco, agradable y con vista al mar

#### **iii. Bares y discotecas**

La diversión nocturna es lo mejor que se puede encontrar en Montañita, donde atrae a miles de turistas de todas partes del mundo que visitan este lugar, ya que en las noches posee un ambiente de fiesta, no hay toque de queda, además las fiestas en Montañita duran hasta el amanecer.

En Montañita tienes una gama amplia de bares, "cocteleros" (pequeñas barras hechas en madera, caña y muyuyo) en donde se puede disfrutar de todo tipo de cocteles.

El mayor atractivo de las discotecas y los bares es que todas poseen shows en vivos con bandas formadas por músicos de Ecuador y de Latinoamérica



**Tabla 75** Comunidad de Montañita

MONTAÑITA			
LOCALIZACIÓN			
Provincia: Santa Elena		Comunidad: Montañita	
Distancia: Guayaquil a Montañita 200km		Tiempo: 3 horas	
Altura: 5msnm	Temperatura: 30 C°.	Precipitación : 125 a 150 mm mm	
POTENCIALIDADES TURISTICAS			
			
<p>Montañita no es sólo un sitio para correr olas, sino también es un balneario turístico con vida playera y nocturna, ideal para mochileros o familias que buscan unas vacaciones tranquilas.</p> <p>La vida nocturna es un tema aparte en Montañita: los bares se transforman en discotecas y la música puede ser escuchada en las esquinas principales del balneario, gracias a los artesanos y músicos que siempre deciden quedarse en Montañita es un lugar para ser considerado. Hoy en día Montañita es un balneario multicultural, con turistas de todo el mundo que disfrutan con las lecciones de surf</p>			

#### **d) Puerto López**

Puerto López es considerado un destino para miles de turistas nacionales y extranjeros por la calidad de sus atractivos naturales y culturales, pero particularmente por la amabilidad de su gente. Uno de los eventos que convoca mayor interés es el Festival de observación de Ballenas Jorobadas, en el mes de julio de cada año.

De acuerdo GAD Municipal, a través del Departamento de Turismo, arribaron 50 mil turistas en los meses de junio a septiembre del 2015, dejando un ingreso económico muy alto y ubicando como unos de los puntos importantes dentro de la ruta del Spondylus

#### **i. Hospedaje**

El cantón Puerto López ha registrado un notable incremento de negocio de hospedaje, en la última década. En los últimos ocho años se han construido alrededor de 25 establecimientos de alojamiento, entre hosterías, hostales, y hoteles

De acuerdo al catastro turístico de servicios de alojamiento de Puerto López a la fecha del año 2015 elaborada por la Dirección Municipal de Turismo existen registradas 2563 plazas en 42 establecimientos.

#### **ii. Operadoras de Turismo**

En el cantón Puerto López, las operadoras de turismo en su mayoría ofrecen recorridos turísticos náuticos a la Isla de la Plata, observación de ballenas, buceo, snorkelt y pesca deportiva. Adicionalmente se ofertan recorridos por los senderos, o actividades completarías dentro del área continental del área protegida

En cuanto al tiempo de duración del recorrido náutico duran 1 día, mientras que los recorridos terrestres varían de acuerdo al lugar o atracción turística a visitar de 1 a 3 días.

De acuerdo a la dirección Municipal de Turismo, en la actualidad se registran 20 operadoras, las cuales poseen permisos de navegación de la Armada Nacional, por tener injerencia en el área marina.

Tabla 76 Puerto López

PUERTO LÓPEZ			
LOCALIZACIÓN			
Provincia: Manabí		Cantón: Puerto López	
Distancia: Guayaquil a Montañita 215 km		Tiempo: 3 h : 20 minutos	
Altura: 16msnm	Temperatura: 25-2C°.	Precipitación : 279 mm	
POTENCIALIDADES TURISTICAS			
			
<p>Puerto López es un pueblo pequeño, de aproximadamente 18 000 mil habitantes, hoy en día es considerado como punto principal dentro de la ruta del Spondylus debido a la cercanía de los atractivos como Machalilla al Norte y en la parte sur Salango, Rio Chico, Puerto Rico, Las Tunas y Ayampe. La región ofrece una amplia gama de alojamientos y restaurantes para satisfacer cada presupuesto, en su playa amplia y espectacular, se puede realizar diferentes actividades como paseo a caballo, camping, caminata, pesca, eski acuático, parapente, alas delta, banana, surf, kite surf.</p>			

### c. Confrontación oferta vs demanda

Para la confrontación de la oferta vs la demanda, se realizó:

#### 1) Proyección de la demanda potencial.

Para el siguiente análisis se tomó en consideración el número total de habitantes de la Cuidad de Guayaquil de clase media-alta, correspondiente a 846.329 personas, pero a través de los datos del INEC en el año 2014 el 35% de Ecuatorianos se desplazaron de su lugar de origen por motivos de Turismo, por lo cual corresponde 296.215 personas y Finalmente los extranjeros que arribaron al Aeropuerto José Joaquín de Olmedo en el año 2015, cuyo valor es 358898 personas, pero el 65% de extranjeros realizaron actividades de aventura: 233283 según el departamento de Turismo de GAD Municipal de Guayaquil

De acuerdo a estos datos, se ha estimado el porcentaje de aceptación del producto en las encuestas, establecido en la pregunta N°14 ¿Le gustaría realizar deportes de aventura en el cantón Cumandá?, considerándose así 84% para turistas nacionales y 70% para turistas extranjeros quienes han manifestado que si desean contratar un tour en el cantón Cumandá.

En Base a estos datos y al uso de la fórmula del interés compuesto se proyectó la demanda futura para los próximos 5 años, obteniendo los siguientes resultados:

Las proyecciones de la oferta y la demanda se realizaron utilizando la fórmula del incremento compuesto. Para la proyección de los dos segmentos se utilizó el índice de crecimiento turístico anual (6%).

Formula del incremento compuesto:

$$Co = Cn(1 + i)^n$$

Co= Años a proyectar

Cn= Demanda actual de turistas: Nacionales y extranjeros

i= Incremento del turismo nacional (6%)

n= El año a proyectarse (1-5)



El 84% de los turistas nacionales encuestados se manifestaron positivamente con respecto al producto.

$$296215 * 0.84 = 248820$$

De la misma forma el 70% de los turistas extranjeros encuestados se manifestaron positivamente con respecto al producto.

$$233283 * 0.70 = 163298$$

**Tabla 77** Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA NACIONAL</b>	<b>DEMANDA EXTRANJERA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>
<b>2016</b>	248820	163298	412118
<b>2017</b>	263749	173095	436844
<b>2018</b>	279573	183480	463053
<b>2019</b>	296347	194488	490835
<b>2020</b>	314127	206157	520284
<b>2021</b>	332974	218526	551500

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Paul Aucancela 2015

De acuerdo a las proyecciones realizadas se determinó que para el año 2016 se contará con una demanda turística de 412118 personas, mientras que para el año 2021 se estima que serán 551500 personas.

## 2) Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta de los próximos 5 años se utilizó la fórmula del incremento compuesto y el Índice de Crecimiento Anual (ICA) del turismo, correspondiente al 6%. Tomándose en cuenta el número total de turistas Nacionales y extranjeros que han tomado el Tren de la Dulzura, cuyo valor es 16.967

**Tabla 78** Proyección de la Oferta

<b>AÑO</b>	<b>OFERTA POTENCIAL</b>
2016	16967
2017	17985
2018	19064
2019	20207
2020	21419
2021	22704

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Paul Aucancela 2015

### 3) Demanda insatisfecha proyectada

La demanda insatisfecha se la obtuvo mediante la confrontación entre la demanda y oferta proyectada, se toma como cuota objetivo el 5% de la demanda insatisfecha de acuerdo a la expectativa de crecimiento anual, según lo determinado en el plan de tour 2020 y una cuota de mercado del 5%.

**Tabla 79** Demanda Insatisfecha y objetivo

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>OFERTA POTENCIAL</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>DEMANDA OBJETIVO 5%</b>	<b>Cuota de Mercado 5%</b>
<b>2016</b>	412118	16967	395151	20605	1030
<b>2017</b>	436844	17985	418859		
<b>2018</b>	463053	19064	443989		
<b>2019</b>	490835	20207	470628		
<b>2020</b>	520284	21419	498865		
<b>2021</b>	551500	22704	528796		

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Paul Aucancela 2016

## E. Diseñar técnicamente el producto turístico de rafting.

### 1. Diseño Técnico

Para el diseño de los productos se consideró los siguientes aspectos.

#### a. Potencialidad turística

##### 1) Análisis de atractivos.

**Tabla 80** Atractivos turísticos.

ATRACTIVO	Jerarquía	USOS POTENCIALES
Rio Chimbo	II	Este río divide a los cantones Bucay y Cumandá, en su recorrido se pueden observar variados paisajes y su caudal es apto para realizar tubing y rafting.
Bosque Nublado la Esperanza	II	El Bosque Nublado la Esperanza posee biodiversidad de flora-fauna, con numerosas cascadas y ríos cristalinos.
Bosque Protector Suncamal	II	Se ubica aproximadamente a 40 minutos de la cabecera catonal, posee variedad de especies de aves, y exuberante flora.
Complejo Turístico Paraíso del Buen Vivir	II	Este complejo se ubica en el recinto la Victoria, por sus instalaciones es ideal para la recreación.
Cascadas Piedra Blanca	II	Cascadas de 90,30,45,25 y 5 metros de altura, ideal para la práctica de deportes extremos (canyoning).
Fabrica artesanal Bio-Caña	I	Fabrica artesanal de azúcar morena y panela, ubicada a 5 minutos del resinto Suncamal.
Alambique	I	Desde este lugar se puede observar el procesos de destilamiento de la caña de azúcar para obtener alcohol.
Cascada Paila de Oro	I	Ubicado junto a la cascada Encanto de la Princesa, en el recinto Guagal, apto para baños y fotografías.

**Elaborado por:** Paul Aucancela 2015

## **2) Características de la demanda.**

### **a) Turistas Extranjero**

El 34 % de Turistas Extranjeros se encuentran en edades comprendidas entre los 26 a 34 años, distribuidos en el 51% de género femenino y el 49 % de género masculino, de los cuales el 46 % provienen de Argentina, en donde el 52 % viajan con amigos, con un ingreso mensual de 4001 a 6000 dólares que representa 69 %, ya que cuyo principal motivo de viaje es por vacaciones, en la temporada de enero-marzo, por lo que el 36% se informan por el Internet.( el 60% utilizan Google y el 40% utilizan redes sociales como Facebook y Twitter)

El 66 % de Turista Extranjeros permanecen mínimo 2 días por motivos de turismo, el 46 % gasta alrededor de 61 a 90 dólares por día y persona. El cual 44 % al viajar utiliza el servicio de transporte, en donde el 89 % de Turistas Extranjero no tienen conocimiento sobre el cantón Cumandá o Bucay, por lo que el 95% no han visitado estos dos cantones. El 70 % de turistas Extranjeros tienen interés en realizar los deportes de aventura, ya que el 43 % prefiere realizar un tour de medio día, de actividades como el Rafting o Biking, en donde el 79 % de Turistas Extranjeros quieren comprar un tour en una Operadora de Turismo y debemos indicar que el 53% prefieren pagar el tour en efectivo.

### **b) Turistas Nacional**

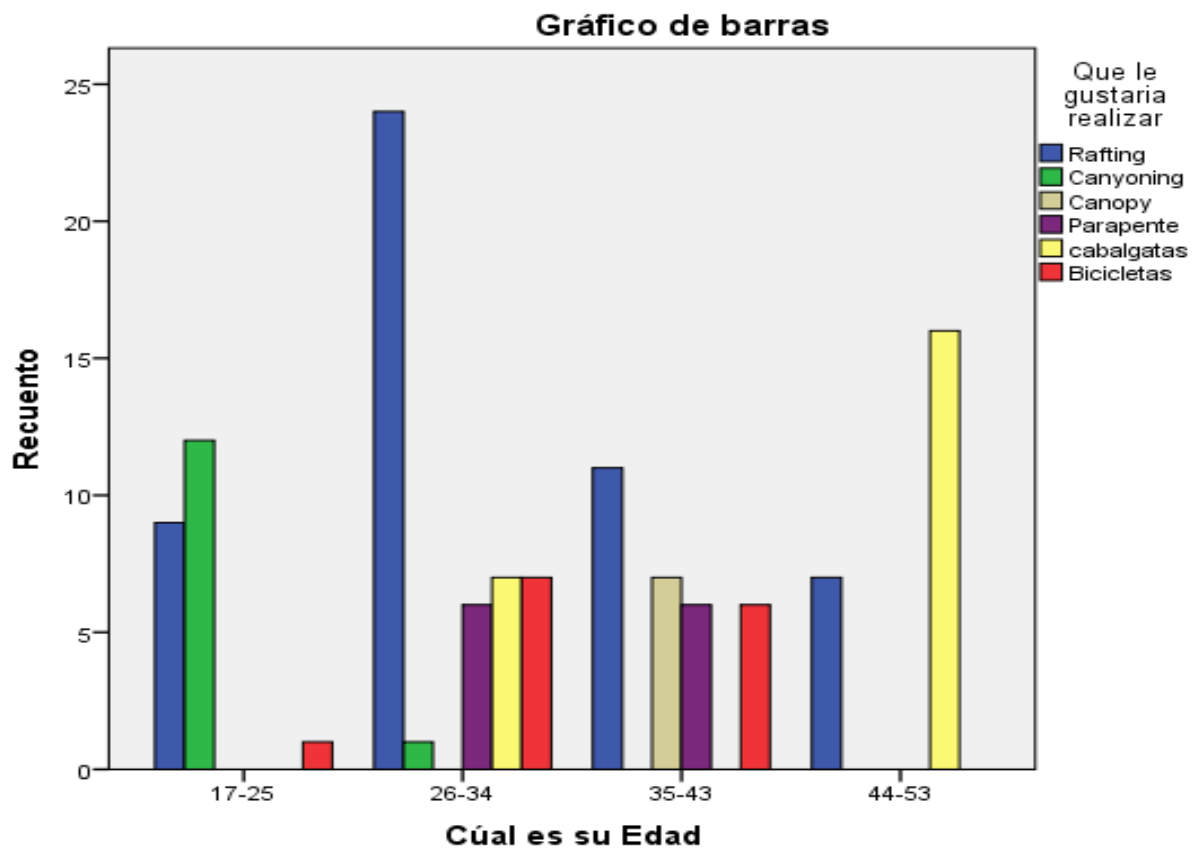
El 57 % de Turistas Nacionales se encuentran en edades comprendidas entre los 26 a 34 años, distribuidos en el 62 % de género masculino y el 38 % de género femenino, de los cuales el 84% provienen de Guayaquil, en donde el 57 % viajan con amigos, con un ingreso mensual de 2001 a 3000 dólares que representa 72 %, ya que cuyo principal motivo de viaje es por vacaciones, en la temporada de Octubre-Diciembre, por lo que el 73 % se informan por el Internet.( el 60% utilizan Google y el 40% utilizan redes sociales como Facebook y Twitter)

El 60 % de Turista Nacionales permanecen mínimo 2 días por motivos de turismo, el 67 % gasta alrededor de 30 a 60 dólares por día y persona. El cual 44 % al viajar utiliza el servicio de Hospedaje, en donde el 84 % de Turistas Nacionales si tienen conocimiento sobre el cantón Cumandá o Bucay, por lo que el 55% si han visitado estos dos cantones. El 84 % de turistas Nacionales tienen interés en realizar los deportes de aventura, ya que el 72 % prefiere realizar un tour de medio día, de actividades como el Rafting o Canyoning, en donde el 84 % de Turistas Nacionales quieren comprar un tour en una Operadora de Turismo y debemos indicar que el 61% prefieren pagar el tour en efectivo.

### 3) Cruce de Variables (Edades-Actividades).

**Tabla 81** Cuál es su Edad\*\* Que le gustaría realizar, tabulación cruzada

		Que le gustaría realizar						Total
		Rafting	Canyoning	Canopy	Parapente	cabalgatas	Bicicletas	
Cuál es su Edad	17-25	9	12	0	0	0	1	22
	26-34	24	1	0	6	7	7	45
	35-43	11	0	7	6	0	6	30
	44-53	7	0	0	0	16	0	23
Total		51	13	7	12	23	14	120



**Gráfico 42** Cruce de Variables

Las edades comprendidas entre el grupo de 17-25, 26- 34 años, desean realizar las actividades de Rafting, seguidos del Canyoning y bicicletas. Mientras el segundo grupo de 35-43, 44-53 desean realizar Cabalgatas y Rafting.

#### **4) Capacidad instalada de los servicios alojamiento y alimentación.**

El cantón Cumandá presenta una planta hotelera con una capacidad instalada de 167 plazas, que se distribuyen principalmente en hosterías, la planta hotelera se ubica en su mayoría en los recintos del cantón, entre los servicios adicionales se encuentran la alimentación, y servicios adicionales de recreación, como recorridos turísticos y piscinas.

La capacidad instalada la categoría de primera es de 30 plazas disponibles en la hostería Luis Antonio, mientras la capacidad instalada de segunda categoría es 15 plazas disponibles en la hostería Olimpus, y la capacidad instalada restante es de 122 plazas disponibles en tercera categoría

#### **5) Evaluación del Río Chimbo para la práctica de Rafting**

En el Río Chimbo se puede practicar Rafting en dos secciones: San Pablo y Río Blanco.

San Pablo tiene un caudal medio de 57,96 m<sup>3</sup>/s, mientras en Río Blanco su caudal medio es 54.24 m<sup>3</sup>/s, con una gradiente de menos de 100m.

De acuerdo a la evaluación de la Federación Internacional de Rafting (*IRF*), se encuentra en el nivel III, porque su caudal está en el rango de 40- 60 m<sup>3</sup>/s y su gradiente hasta los 100m. Este río cumple con las condiciones idóneas para descensos a niños adultos y personas de la tercera edad.

De acuerdo al análisis de la calidad de agua, obtuvimos que en la sección San Pablo el nivel de contaminación es (*Medio*) mientras que la sección Río Blanco el nivel es (*Malo*) pero considerando que la calidad Mala esta al final del trayecto del rafting.






#### **b. Propuesta del empaquetamiento**

##### **1) Descripción del paquete**

##### **a) Paquete: *Adventures in Cloud Forest (Aventuras en el Bosque Nublado)***

Para la realización del diseño técnico de los productos se tomó los gustos y preferencias de los turistas potenciales (demanda), así como también la confluencia con la oferta que presenta la zona de estudio, con lo cual se procedió a elaborar los paquetes turísticos tomando en cuenta denominación del paquete, codificación, duración, itinerario, dificultad, servicios que incluyen y servicios que no incluyen, precio, observaciones y requerimiento para la visita.

Tabla 82 Paquete 001

PAQUETE N° 001		
“Adventures in Cloud Forest ”		
Código:PB001	Estilo: Caminata y Rafting	
Idioma de la Guianza: Español e Ingles	Duración: 2 días /1noche	
Recorrido: Cumandá - Bucay	Carácter: Aventura, Natural y Cultural	
Mercado objetivo: Nacional y extranjero	Grado de dificultad: Medio	
ITINERARIO1		
DÍAS	HORA	ACTIVIDAD
<div>Día 1</div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div> <div></div>	9h00	Llegada a Cumandá.
	9h10	Firma de contrato y entrega de equipos en la oficina de Bucay Adventures
	9h15	Traslado hacia el Recinto Suncamal
	9h45	Llegada al Recinto Suncamal
	9h50	Visita a la fábrica de panela artesanal y Bio-caña, para la observación y participación del proceso de la elaboracion de panela y azucar morena y la destilacion de la caña de azucar para la obtencion de alcohol.
	10h50	Charla de seguridad para el descenso en bicicleta. Descenso de bicicleta
	11:h30	Llegada al bosque protector y mirador (toma de fotos)
	11:h45	Continuación del descenso en bicicleta
	12:h50	Llegada a Cumandá
	13:00	Almuerzo
	14h00	Traslado hacia Rio Chimbo secciones río Blanco o San Pablo (inicio del rafting)
	14:h50	Charla de seguridad
	15:h00	Inicio del Rafting en el Rio Chimbo
	16:h00	Finalización del Rafting
	16:h10	Traslado hacia la Hostería Paraíso del Buen Vivir
	16:h50	Check in Hosteria
	17:h00	Tiempo libre
	19:h45	Traslado a Restaurant del Tren

	20:h00	Cena en el Restaurant del Tren
<b>Día 2</b>  	8h00	Desayuno en la Hostería
	9h00	Equipamiento (zapatillas, arneses, cascos)
	9h15	Traslado al recinto la esperanza
	10h00	Llegada a las cascadas Piedra Blanca
	10h10	Caminata hasta el inicio del Canyoning nivel 4
	10h30	Inicio del Canyoning nivel 4
	14:h00	Final del Canyoning nivel 4
	14h10	Almuerzo
	15:h00	Check out Despedida Fin del recorrido.

#### DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE

<b>El paquete incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Transporte:</b></li> <li>- Desde Cumandá hacia todos los atractivos a visitar</li> <li>- <b>Comidas:</b></li> <li>- Almuerzo Primero y segundo día</li> <li>- Cena Primer día.</li> <li>- Desayuno del segundo día.</li> <li>- <b>Hospedaje</b></li> <li>- <b>Equipos</b></li> <li>- <b>Guianza:</b> Guía local y guía especializado de Rafting y Canyoning.</li> <li>- <b>Ingresos:</b></li> <li>- Cascadas y finca</li> </ul>
<b>El paquete no incluye</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comidas y bebidas extras</li> <li>- Gastos personales</li> <li>- Propinas</li> <li>- Lo no especificado en el programa.</li> </ul>
<b>Requerimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documentos personales</li> <li>- Ropa cómoda para caminar por el bosque.</li> <li>- Flash Memory</li> <li>- Cámara fotográfica</li> </ul>



<b>Prohibiciones</b>	- Armas y bebidas alcohólicas
<b>Normas de comportamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Respetar a la naturaleza</li> <li>- No botar basura ni llevarse elementos de los sitios como plantas y animales.</li> <li>- Seguir las instrucciones y recomendaciones del Guía.</li> </ul>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Paul Aucancela 2015

## **b) Descripción del Paquete**

### **Día 1: Cumandá – Recinto Suncamal**

El tour inicia a las 9 am en la Operadora de Turismo Bucay Adventures, primero recibirán la bienvenida, indicaciones, firma del contrato de responsabilidad y el chequeo de equipo, segundo se trasladará hasta la parte alta del Recinto Suncamal ubicada a 35 minutos de Cumandá. En Suncamal se caminara 5 minutos hasta llegar a la fábrica artesanal de azúcar morena o panela, donde disfrutarán de la explicación como de la participación en el proceso de elaboración de la panela, posteriormente, visitaremos el alambique donde podrán observar el destilamiento de la caña de azúcar para la obtención de alcohol.

El inicio del descenso en bicicleta está en la parte alta de Suncamal, tomando como primer punto de descanso y tomas de fotografías, en el mirador del Bosque Protector. Después se continuará con el recorrido descendiendo aproximadamente 100 metros para llegar al almuerzo en Cumandá.

En la Tarde se trasladarán hasta el punto de inicio del Rafting, donde recibirán una charla de seguridad y práctica de comandos, después descenderán por el río Chimbo Alrededor de 40 minutos, Posteriormente serán transportados hacia la Hostería para el Check in.

Finalmente por la noche tendrán una cena en el Restaurant del Tren.

## Día 2: Bucay – Recinto la Esperanza

El tour inicia a las 9 am, en la Agencia de Viajes Bucay Adventures, recibirán los equipos e indicaciones generales de seguridad, será trasladado en transporte privado hasta la parte alta del Bosque la Esperanza, en el recorrido podrá observar un hermoso paisaje del campo y las montañas. En el bosque caminará por medio de senderos naturales, hasta llegar al punto de inicio del Canyoning nivel 4, después el guía proporcionará una charla de seguridad, primero tendrán una cascada de 30m, después 45m, 25m y con una de 5m por donde descenderán con una tirolesa. En la tarde tendrán un almuerzo en Cumandá, finalmente retornaremos hasta la oficina para el envío de fotos-videos y despedida.

### c) Proveedores de servicios.

**Tabla 83** Proveedores de servicios

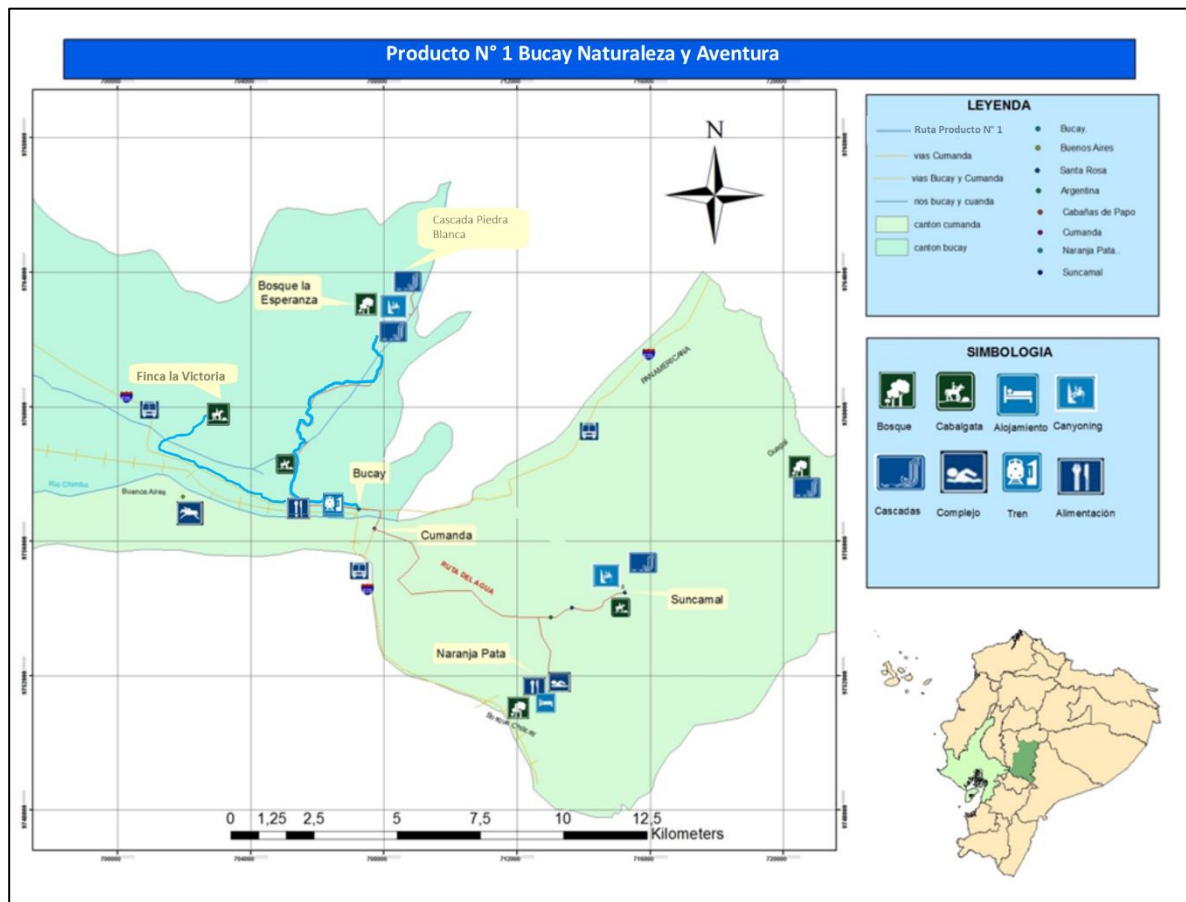
SERVICIOS DIA 1				
SERVICIO	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PLAZAS
OPERADORA DE TURISMO(BAdven)	Wilson Gonzales	La Puntilla	0658945712	30pax
GUIANZA ESPECIALIZADA	Paul Aucancela	Bucay	0998236014	12 pax
TRANSPORTE	Ángel Vimos	Cumandá	0993035302	15 pax
ALIMENTACIÓN	Restaurante del Tren	Av. Eloy Alfaro y 9 octubre	0998156579	100 pax
HOSPEDAJE	Paraíso del Buen Vivir	Recinto la Victoria a 10 minutos de Cumandá	2835730	30 pax
CASCADA Piedra Blanca	Juan Pérez	Recinto la Esperanza	0993035302	100
SERVICIOS DIA 2				
ALIMENTACION	Asados Cumandá	Vía a Guayaquil	2835730	30 pax
GUIANZA	Wilson Gonzales	Bucay	0994473558	10 pax
TRANSPORTE	Ángel Vimos	Cumandá	0993035302	15 pax

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Paul Aucancela 2016

# d) Mapa del Producto

**Mapa 5** Ruta del producto 001



**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Paul Aucancela 2016

## e) Análisis de costos



Tabla 84 Análisis de costos del paquete 01.

CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO TOTAL DEL SERVICIO	COSTO UNITARIO POR 10 PAX	COSTO UNITARIO POR 6 PAX	COSTO UNITARIO POR 4 PAX
	<b>COSTOS GENERALES</b>				
1	Transporte	75.00	7.5	12.5	18.75
	<b>COSTOS INDIVIDUALES</b>				
1	Rafting	15	15	15	15
1	Canyoning	10	10	10	10
1	Bicicleta	5	5	5	5
2	Almuerzo	6	6	6	6
1	Cena	5	5	5	5
1	Ingreso a las fabricas	2	2	2	2
1	Hospedaje (Incluye desayuno)	15	15	15	15
	<b>Costos Generales</b>	75	7.5	12.5	18.75
	<b>Costos Individuales</b>	58	58	58	58
	<b>Total costos</b>	138	65.5	70.5	76.75
	<b>Gastos Administrativos 5%</b>		3.27	3.52	3.83
	<b>Precio Comisión 10%</b>		6.87	7.40	8.05
	<b>Precio Neto</b>		75.64	81.42	88.63
	<b>Utilidad (15%)</b>		11.34	12.21	13.29
	<b>Precio de venta</b>		<b>\$87</b>	<b>\$93</b>	<b>\$101</b>

Elaborado por: Paul Aucancela

## 2) Paquete: Water's Adventures

**Tabla 85** Paquete 002

PAQUETE N° 002		
“Water’s Adventures”		
Código:PB002	Estilo: Caminata.	
Idioma de la Guianza: Español e ingles	Duración: 1 día	
Recorrido: Cumandá – Bucay	Carácter: Natural y Aventura	
Mercado objetivo: Nacional y extranjero	Grado de dificultad: bajo	
ITINERARIO1		
DÍAS	HORA	ACTIVIDAD
<div>Día 1</div> <div></div> <div></div>	9h00	Llegada a Cumandá- Bucay Aventures y bienvenida
	9h30	Traslado al bosque húmedo la Esperanza.
	10h00	Llegada a la finca El Cadeal
	10h05	Chequeo de equipos
	10h15	Charla de Seguridad
	10h30	Inicio de las Cabalgatas por el bosque húmedo la Esperanza
	14h00	.Almuerzo
	14h30	Traslado al río Chimbo
	15h00	Llegada ala punto de inicio del Rafting
	15h05	Charla de Seguridad
	15:h15	Inicio del Rafting
	16 h00	Fin de la actividad
	17 h00	Envío de fotos o videos y despedida
DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE		
El paquete incluye	<div>- Transporte:</div> <div>- Desde Cumandá o Bucay hacia todos los atractivos a visitar</div> <div>- Comidas:</div> <div>- Almuerzo.</div> <div>- Guianza: Guía Especialista de rafting y de</div>	

	cabalgatas - <b>Ingresos:</b> - bosque húmedo.
<b>El paquete no incluye</b>	- Comidas y bebidas extras - Gastos personales - Propinas - Lo no especificado en el programa.
<b>Requerimientos</b>	- Documentos personales - Ropa cómoda para cabalgar por el bosque. - Zapatos/botas para trekking - Cámara fotográfica
<b>Prohibiciones</b>	- Armas y bebidas alcohólicas
<b>Normas de comportamiento</b>	- Respetar a la naturaleza - No botar basura ni llevarse elementos de los sitios como plantas y animales. - Seguir las instrucciones y recomendaciones del Guía.

**Elaborado por:** Paul Aucancela 2015

#### **a) Descripción del Paquete**

#### **b) Día 1: Water's Adventures**

El tour inicia a las 9 am, en la Agencia de Viajes Bucay Adventures, recibirán la bienvenida y el chequeo de equipos, será trasladado en transporte privado hasta la parte alta del Bosque Húmedo la Esperanza, en el recorrido podrá observar un hermoso paisaje del campo y las montañas. El recorrido comienza en la Finca el *Cadeal*, tendrán una charla de seguridad por parte del guía, después nos trasladaremos hasta los 1200 m, cruzando árboles nativos y ríos.

En la tarde tendrán un almuerzo en el restaurante del Tren ubicado en el Cantón General Antonio Elizalde (Bucay) para luego trasladarnos al punto de inicio del Rafting con charla de seguridad y practica de comandos.

Finalmente llegaran hasta el sector del Malecón donde tendrán una cesión de fotos y se trasladaran hasta la agencia para el envío de fotos o videos con despedida del personal.

c) **Proveedores de servicios.**

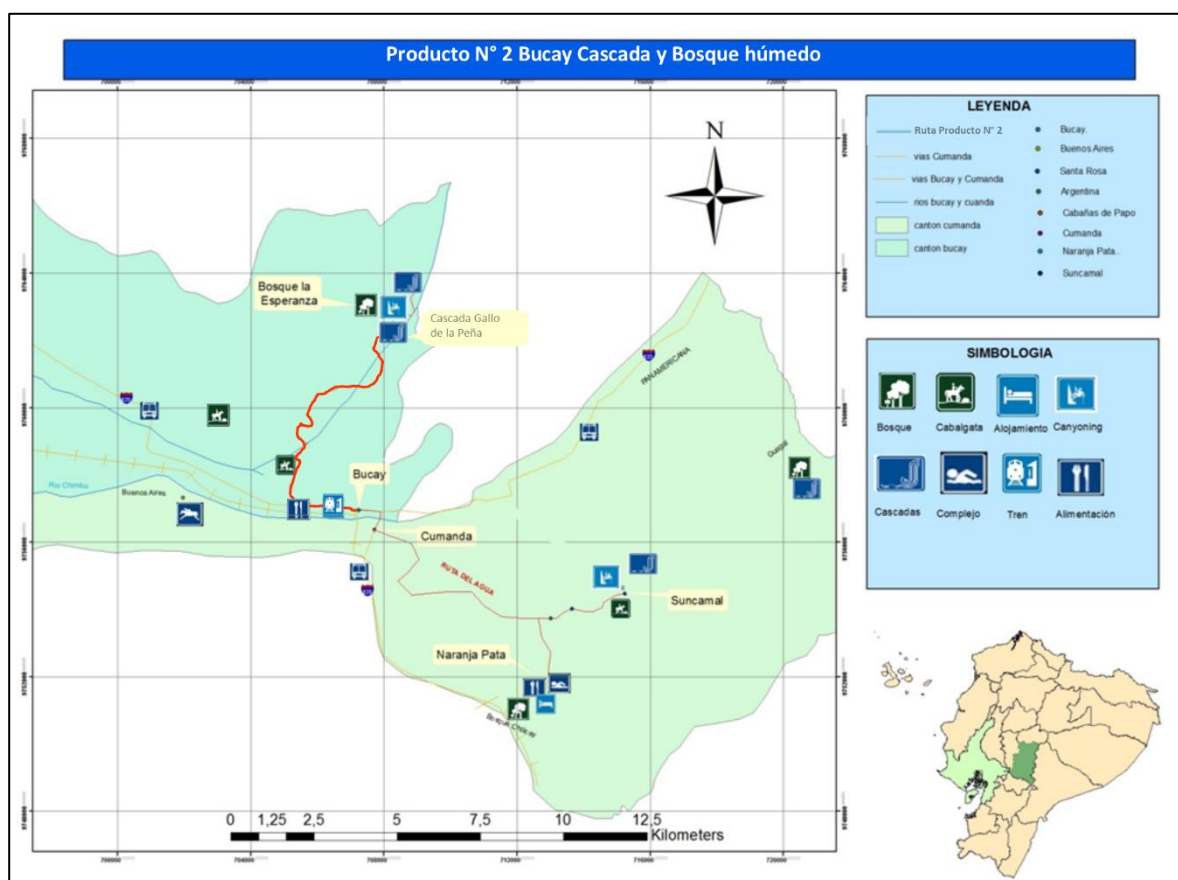
**Tabla 86** Proveedores de servicios

SERVICIOS				
SERVICIO	NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PLAZAS
GUIANZA	Paul Aucancela	Bucay, Cumandá	0993035302	10 pax
TRANSPORTE	Juan Pérez	Bucay	0993035302	15 pax
ALIMENTACIÓN	Restaurante del Tren	Av Eloy Alfaro y 9 octubre	0998156579	100 pax
CABALGATAS	Miguel Miges	Recinto la Esperanza	0986541254	6pax

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** Paul Aucancela 2015

**Mapa 6** Mapa del producto 002



**Elaborado por:** Paul Aucancela 2015

**d) Análisis de costos del Paquete N° 2**

**Tabla 87** Análisis de costos del paquete 002.

CANTIDAD	CONCEPTO	COSTO TOTAL DEL SERVICIO	COSTO UNITARIO POR 10 PAX	COSTO UNITARIO POR 6 PAX	COSTO UNITARIO POR 4 PAX
	<b>COSTOS GENERALES</b>				
1	Transporte	50	5	8.3	12.5
	<b>COSTOS INDIVIDUALES</b>				
1	Rafting	15	15	15	15
1	Cabalgatas	15	15	15	15
1	Almuerzo	3	3	3	3
1	Box lunch	2	2	2	2
1	Ingreso a cascada	1	1	1	1
	<b>Costos Generales</b>	50	5	8.3	12.5
	<b>Costos Individuales</b>	36	36	36	36
	<b>Total costos</b>	86	41	44.3	48.5
	<b>Gastos Administrativos 5%</b>		2.05	2.21	2.42
	<b>Precio Comisión 10%</b>		4.30	4.65	5.09
	<b>Precio Neto</b>		47.35	51.16	56.01
	<b>Utilidad (15%)</b>		7.10	7.67	8.40
	<b>Precio de venta</b>		<b>\$54</b>	<b>\$58</b>	<b>\$65</b>

**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2016.



## **F. Desarrollar un estudio de Impacto Ambiental.**

### **1. Estudio de impacto ambiental**

Se realizó la evaluación de impacto ambiental del diseño de producto en el cantón Cumandá, aplicando la matriz de Leopold, con la cual se determinó y analizó las acciones implementadas que van a interactuar con los factores ambientales.

#### **a. Marco legal**

El Ecuador dispone de diversas Leyes y Reglamentos que norman la gestión ambiental y que se encuentran en vigencia para los proyectos de infraestructura. Entre las elementales y que se relacionan con el proyecto motivo del presente estudio, se citan a las siguientes: En relación al Desarrollo Sustentable y a la protección del Ambiente, en relación a la Gestión Ambiental, en relación a la protección del Ambiente Natural, en relación a la protección de los recursos naturales y control de contaminantes, en relación a la protección del Ambiente Humano.

#### **b. Constitución Política de la República del Ecuador**

Considerando la Constitución Política vigente aprobada el 28 de septiembre del 2008 se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art. 14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

2) Art. 71.- La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observarán los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

**3) Art. 72.-** La naturaleza tiene derecho a la restauración. Esta restauración será independiente de la obligación que tienen el Estado y las personas naturales o jurídicas de Indemnizar a los individuos y colectivos que dependan de los sistemas naturales afectados. En los casos de impacto ambiental grave o permanente, incluidos los ocasionados por la explotación de los recursos naturales no renovables, el Estado establecerá los mecanismos más eficaces para alcanzar la restauración, y adoptará las medidas adecuadas para eliminar o mitigar las consecuencias ambientales nocivas.

**4) Art. 83.-** Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

a) Numeral 6.- Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

**5) Art. 395.-** La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

a) Numeral 1.- El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

### **c. Ley de Gestión Ambiental**

Considerando la ley de Gestión Ambiental publicada el 30 de julio de 1999 en la cual se establece los principios y directrices de la política ambiental, determinando además las obligaciones, responsabilidades niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en materia.

### **d. Texto Unificado de la Legislación Ambiental Secundaria**

Publicado el 13 de diciembre del 2002, recoge la Legislación Ambiental vigente, unificada para facilitar el acceso a la normativa requerido, bajo en compromiso de promover el desarrollo sustentable, observado el concepto de minimizar riesgos e impacto negativos ambientales, mientras se mantengan las oportunidades sociales y económicas de sustentabilidad.

## **e. Delimitación del área**

### **1) Ubicación**

El producto turístico estará en el cantón Cumandá, en las coordenadas (UTM) 707394 de longitud Este, (UTM 17S) 9756531 de latitud Norte.

### **2) Características climáticas**

- a) Temperatura promedio:** 24C°
- b) Altitud:** la altitud promedio es de 250 m. s. n. m.
- c) Precipitación:** promedio anual de 2000 mm.

### **3) Clasificación ecológica**

De acuerdo a la clasificación de Holdridge se ubican las siguientes zonas de vida:

Bosque Húmedo Montano Bajo (bh MB)

Bosque Húmedo Pre Montano (bh PM)

Bosque seco Tropical (b ST)

## **a. Determinación de acciones y factores de la matriz ambiental de Leopold**

### **1) Determinación de acciones**

Las acciones que serán implementadas en este proyecto y causarán alteraciones a los distintos componentes del medio ambiente son:

**Tabla 88** Acciones de los productos turísticos por categoría.

CATEGORÍA	ACCIONES
A. Transformación del terreno	a) Implementación de señalética
B. Procesamiento	a) Operación turística
C. Renovación de recursos	a) Reforestación con árboles, arbustos y hierbas nativas
	b) Reciclaje de residuos sólidos
D. Cambios en tráfico	a) Tránsito de personas
	b) Tránsito de vehículos
E. Emplazamientos y tratamiento de residuos	a) Eliminación de basura
	b) Generación de aguas grises y negras
F. Socio cultural	a) Capacitaciones al personal
	b) Intercambio cultural

FUENTE: PAEZ, C. 1996

## 2) Determinación de factores ambientales

Los factores ambientales inmersos del proyecto que fueron escogidos son:

**Tabla 89** Componentes ambientales del producto turístico por categoría

CATEGORÍA	PARÁMETROS
A. Características físicas y químicas	
A1. Tierra	a. Suelos
	b. Erosión
A2. Agua	c. Calidad del agua d. Superficie del agua
B. Condiciones biológicas	
B1. Flora	a. Árboles
	b. Arbustos
	c. Hierbas

B2.Fauna	d. Pájaros
C. Factores culturales	
C1. Uso de la tierra	a. Bosques
C2. Recreación	b. Caminatas
C3. Interés estético y humano	c. Vistas escénicas d. Calidad de vida silvestre
C4. Aspecto culturales	e. Dinamización de la economía local (empleo)

FUENTE: PAEZ, C. 1996

## **b. Parámetros de valoración de la matriz ambiental de Leopold**

### **1) Determinación de magnitud**

Se determinó la magnitud en función de los factores ambientales, haciendo énfasis en la pregunta: ¿Cuánto se ha alterado el ambiente? .La magnitud fue medida con una escala de valoración de 1 al 10, sabiendo que 1 representa la magnitud menor y 10 magnitud mayor.

### **2) Determinación de importancia**

Se estableció por la trascendencia del impacto que tiene con respecto al resto, esta valoración es más subjetiva. La importancia fue medida con una escala de valoración del 1 al 10, sabiendo que 1 representa la importancia menor y 10 la importancia mayor.

### **3) Valoración de los impactos**

En el proceso de evaluación o valoración de impactos ambientales, se definieron los atributos y escala de valores para el análisis de los impactos. Los atributos establecidos para los impactos ambientales se fundamentaron en las características y el comportamiento espacio-temporal producto de la interacción activa del proyecto – componente ambiental afectando. Los valores de magnitud e importancia que se asignaron a los impactos identificados, respondieron a los valores prefijados los mismos, se detallan en la siguiente tabla.

**Tabla 90** Parámetros de valoración de la matriz ambiental de Leopold

MAGNITUD			IMPORTANCIA		
Valoración	Intensidad	Afectación	Valoración	Duración	Influencia
1	Baja	Baja	1	Temporal	Puntual
2	Baja	Media	2	Media	Puntual
3	Baja	Alta	3	Permanente	Puntual
4	Media	Baja	4	Temporal	Local
5	Media	Media	5	Media	Local
6	Media	Alta	6	Permanente	Local
7	Alta	Baja	7	Media	Regional
8	Alta	Media	8	Temporal	Regional
9	Alta	Alta	9	Permanente	Regional
10	Muy Alta	Alta	10	Permanente	Nacional

**FUENTE:** PAEZ, C. 1996

Cabe resaltar que a este valor se antepone el signo (+) cuando genera una acción beneficiosa o el signo (-) cuando se genera una acción perjudicial

c. Evaluación de la matriz Leopolt

**Tabla 91** Evaluación de impactos ambientales para la operación

ACCIONES FACTORES AMBIENTALES			Llegada de turistas	Interpretación Cultural y Ambiental	Visita a fincas	Caminatas	Rafting	fotografía	Visita a las cascadas	Visita a Bosque Húmedo	Visita al trapiche	Comercialización	Traslado de turistas	Generación de basura por la operación turística	Afectaciones (+)	Afectaciones (-)	Total interacciones	Agregación de Impactos
TIERRA	Suelos	- 3/3		- 2/2	- 2/2	- 2/1		- 2/1	- 2/3					- 2/3	-	7	7	-33
	Erosión	- 1/1		- 1/1	- 1/1	- 2/1		- 1/1	- 2/1					- ½	-	7	7	-9
AGUA	Calidad del agua					- 3/3								- 1/2	-	2	2	-10
	Superficial	- 1/1		- 1/1	- 1/1	- 3/3		- 2/1						- 2/3	-	5	5	-19

<b>ATMOSFERA</b>	Calidad del aire												- 1/1	-	2	2	-10
<b>FLORA</b>	Árboles							- 1/2						-	1	1	-2
	Arbustos							- 1/2						-	1	1	-2
	Hierbas		- 1/1	- 1/1	- 1/1									-	3	3	-3
<b>FAUNA</b>	Pájaros		+ 2/1		- 2/2			- 1/1			- 1/1			1	3	4	-2
<b>USO DE LA TIERRA</b>	Bosques		+ 2/1					+ 1/1				- 1/1		2	1	3	2
<b>RECREACIÓN</b>	Caminatas			+ 2/1	+ 2/1			+ 2/2	+ 1/1					4	-	4	9
<b>INTERES ESTETICO</b>	Vistas escénicas	+ 3/3		+ 2/2	+ 2/1	+ 2/2	+ 3/3	+ 3/2	+ 2/2	+ 1/1		+ 1/1	- 2/3	10	1	11	50



<b>O Y HUMANO</b>	Calidad de vida silvestre						- 1/1						- 1/1	-	2	2	2
<b>ASPECTOS CULTURALES</b>	Dinamización de la economía	+		+		+		+	+	+	+	+		9	-	9	87
Afecciones (+)		2	2	3	2	2	1	2	4	3	1	1	-	21			
Afecciones (-)		3	1	3	5	4	1	3	5	-	-	4	8		37		
Total de interacciones		5	3	6	7	6	2	5	9	3	1	5	8			58	
Agregación de impactos		35	3	9	-7	-9	8	-6	2	3	4	1	-25				77

**PORCENTAJE:**  $77/58 = 2\%$

**Tabla 92** Porcentaje de valores

Porcentajes %		NOMINACIÓN
- 100	- 76	altamente significativo
-75	-51	Significativo
-50	-26	poco significativo
-25	0	no significativo
0	25	no significativo
26	50	poco significativo
51	75	Significativo
76	100	altamente significativo

### **c. Análisis de los resultados de la matriz de Leopold**

Realizada la matriz de Leopold se procedió a determinar 12 las acciones que ejercerá el proyecto sobre el área, así como también se determinaron 14 factores ambientales que pueden ser afectados con cualquier tipo de las acciones anteriores.

Luego de determinar la relación de causalidad entre las acciones (filas) y los factores ambientales (columnas) se identificó un total de 58 interacciones; de las cuales 21 son positivas y 37 son interacciones negativas.

Los resultados de la matriz de impactos ambientales refleja que las acciones que causan aspectos positivos y que acumulan más puntos son: visita al bosque húmedo (4 puntos con 9 interacciones), caminatas (3 puntos con 6 interacciones), visita al trapiche (3 puntos con 3 interacciones), visita a las cascadas (2 puntos con 5 interacciones).

Y las acciones que causan aspectos negativos y que acumulan menos puntos son: generación de basura por operación turística (-8 puntos con 8 interacciones), caminatas (-5 puntos con 7 interacciones), visita al bosque húmedo (-5 puntos con 9 interacciones).

Los resultados de la matriz refleja que los factores ambientales que pueden ser afectados positivamente por las acciones y que acumulan más puntos son: llegada de turistas (35 puntos con 5 interacciones), visita a la finca (9 puntos con 6 interacciones), como fotografía (8 puntos con 2 interacciones).

Y los factores ambientales que pueden ser afectados negativamente y que acumulan el menor puntaje son: generación de basura por operación turística (-25 puntos con 8 interacciones), rafting (-9 puntos con 6 interacciones), caminatas (-7 puntos con 7 interacciones).

**d. Acciones y requerimientos para mitigación de los impactos ambientales**

**Tabla 93** Acciones y requerimientos para la mitigación de impactos ambientales

Daños por procesos de producción y actividades		Acciones / Medidas de mitigación	Requerimientos	Costo \$
Tierra	Compactación	Controlar el tránsito excesivo de turistas.	Señalética y orientativa de prohibición, prevención y concienciación.	300,00
	Erosión	Implementar señalética y orientativa de prohibición y prevención de tránsito en zonas frágiles.	Señalética y orientativa de prohibición, prevención y concienciación.	300,00
Agua	Calidad del agua	Implementar manual de buenas prácticas ambientales.	Manual de buenas prácticas.	250,00
		Sistema de recolección de agua lluvia para jardines.	Tanques recolectores de agua lluvia y manguera para su distribución	400,00
		Capacitar al personal, talleres al personal sobre el uso y reciclaje del agua.	Material didáctico para charla	250,00
Atmosfera	Calidad del aire	Reforestar.  Capacitar al personal, sobre el aire.	Plantas nativas para sembrar.  Material didáctico para la charla.	250,00

Flora	Arboles	Identificación de especies.  Reforestar.	Carteles identificatorios con el uso de la especie, nombre común, nombre científico.  Plantas nativas.	200,00  200,00
	Arbustos	Identificación de especies  Reforestar.	Carteles identificatorios con el uso de la especie, nombre común, nombre científico.  Plantas nativas.	200,00  200,00
	Hierbas	Identificación de especies  Reforestar.	Carteles identificatorios con el uso de la especie, nombre común, nombre científico.	200,00
Fauna	Pájaros	Implementar señalética de prohibición, prevención y concienciación. No molestar.  Capacitar al personal sobre la fauna.  Explicar a los turistas sobre la importancia de las especies animales.	Señalética de prohibición, prevención y concienciación.  Material didáctico para la charla.	200,00  200,00
Uso de la tierra	Bosques	Implementar el manual de buenas prácticas para el turismo sostenible para la operación turística.	Manual de buenas prácticas para el turismo sostenible para la ruta turística.	300,00
	Comercialización de productos turísticos	Capacitar al personal.	Material didáctico para la charla.	250,00

Recreación	Caminatas	Implementar señalética de ubicación, prevención y concienciación para la operación turística.	Señalética de ubicación, prevención y concienciación.	300,00
		Evitar concentraciones excesivas de turistas.	Material didáctico para la charla.	200,00
Interés estético y humano	Vistas escénicas	Implementar señalética interpretativa para la operación turística.	Señalética interpretativa para la operación turística.	300,00
	Calidad de vida silvestre.	Capacitar al personal.	Material didáctico para la charla.	200,00
Aspectos culturales	Dinamización economía local (empleo)	Contratar mano de obra local	Contratar personal local.	366,00
<b>TOTAL</b>				<b>4866,00</b>

**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2016.

## G. Determinar los canales de comercialización o promoción del producto.

Una vez elaborados los productos, se estableció estrategias de comercialización basado en el mix del marketing, el mismo que se desarrolló en sus cuatro componentes, además se creó la imagen (logotipo) que será usado para la comercialización del producto.

### 1. Isotipo

#### a. Colores que identifica a la empresa

**Azul:** Representa el agua y las cascadas.

**Amarillo:** El amarillo representa alegría y en contexto estimula la actividad mental y física.

**Negro:** El negro representa prestigio y elegancia.

#### b. Elementos

El logotipo se desarrolló en base a los principales atractivos que identifica al producto como son las cascadas, y también a la actividad de aventura que se realiza como es el rafting y el canyoning

- **Cascada:** Es el atractivo principal que conforma los productos elaborados.
- **Persona:** En base a la actividad de aventura que se realiza en uno de los productos que se oferta.
- **El sol:** Es representativo en la zona del Bosque húmedo la Esperanza, que es un atractivo que conforma los productos ofertados.

**Gráfico 43** Isotipo de la Empresa.



**Elaborado por:** Wilson Gonzalez

## 2. Estrategias de comercialización.

### a. Producto.

El producto es el punto de partida de la estrategia de marketing, se diseñó los paquetes turísticos oportunos para estimular a la demanda, conciderando la oferta presente en el cantón y las variables de gustos y preferencias de la demanda. Lo que permitió establecer productos diferenciados y cararcterísticos de la zona de estudio que combina la aventura con la riqueza cultural y natural.

**Tabla 94** Productos turisticos del canton Cumandá.

N°	PAQUETE	MERCADO OBJETIVO	DURACION	MODALIDAD	PRECIO TOTAL POR PAX
1	<i>Adventures in Cloud Forest</i>	Nacional Extranjero	2 Días 1 noche	Turismo de Aventura y Natural	10 Pax – <b>87</b> 6-9 Pax – <b>93</b> 4-5 Pax – <b>101</b>
2	<i>Water's adventures</i>	Nacional Extranjero	1 Full Day	Turismo de Aventura	10 Pax – <b>54</b> 6-9 Pax – <b>58</b> 4-5 Pax – <b>65</b>

Elaborado por: Paul Aucancela

### b. Precio

Para la determinación del precio de los productos se consideró el perfil de la demanda potencial, su capacidad de gasto, la correcta valoracion de bienes, servicios y actividades. Se establece además los rangos de ganacia, y rangos de comisiones destinados a la intermediación.

Las comisiones establecidas serán: 10% de comision para operadoras y agencias de viajes, por la venta e intermediacion directa de cada paquete, las cuales estan establecidas en la tabla de comisiones y que serán actualizadas cada año.



**Tabla 95** Tarifas y comisiones por paquete.

PAQUETE	PRECIO POR 10 PAX	10% COMISIÓN	PRECIO POR 6-9 PAX	10% COMISIÓN	PRECIO POR 2-5 PAX	10% COMISION
<i>“Adventures in Cloud Forest ”</i>	\$87	8.70	\$93	9.30	\$101	10.10
<i>“Water’s adventures”</i>	\$54	5.4	\$58	5.8	\$65	6.5

Elaborado por: Paul Aucancela

### c. Plaza

Una vez analizado los segmentos de mercado y estructurado correctamente el producto, es necesario el posicionamiento del mismo en el mercado, por ello es pertinente transferir el producto al cliente por medio de los canales de distribucion pertinentes, ya sean estos directos e indirectos.

**Tabla 96** Acciones y estrategias de marketing para la comercializacion.

CANALES	TÁCTICA	POLÍTICAS DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
<b>Objetivo: Incrementar la cuota de mercado nacional e internacional.</b>			
<b>DIRECTO</b>	<p>Presentacion y venta del producto de forma directa en sitio web.</p> <p>Presentacion y venta directa de paquetes a instituciones, Organizaciones y gremios publicos y privados.</p> <p>Presentacion del producto a turistas que llegan al cantón en un local autorizado para la venta y comercializacion.</p>	<p>-Proporcionar informacion clara y sencilla del producto, en material publicitario como el internet.</p> <p>-Contacto directo entre vendedor y comprador de forma personal, telefono o pagina web.</p> <p>-Facilitar los servicios y productos requerido s por el cliente.</p> <p>-Registrar reservaciones,</p>	<p>Turistas nacionales de las ciudades de Guayaquil, Cuenca, Riobamba, turistas extranjeros provenientes de Argentina, Chile, USA, Perú.</p>

		sugerencias y criterios acerca del producto.	
<b>Objetivo: Incrementar la cuota de mercado nacional e internacional.</b>			
<b>INDIRECTO</b>	Alianzas con Agencias de Viajes y tour operadoras de las ciudades de Guayaquil, Riobamba, Cuenca,	-Contacto con operadoras y presentar el Producto. -Establecer acuerdos y convenios de beneficio mutuo en las formas de pago, comisiones, reservacion y cancelacion.	Agencias o tour operadoras de las Ciudades de Guayaquil, Montañita, Puerto Lopez, Cuenca, y Riobamba,
	Alianzas con Lodge, Backpackers, hosterias, hoteles, hostales, residenciales y alberges de turistas extranjeros.	-Entrega de material promocional, afiches, tripticos, flyers, dipticos. etc Cupos gratis (2) para los asesores comerciales o secretarios cuando exista grupos	Lodge, Backpackers, hosterias, hoteles, hostales, residenciales y alberges de turistas extranjeros.

**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2015.

Tomando en cuenta el perfil del turista nacional y extranjero, y en la variable de como se informan del lugar a visitar, se enfatiza el uso y gestion de la pagina web como estrategia de comercializacion y venta directa del producto.

En la estrategia de comercializacion indirecta, se establece la intermediacion del producto con las agencias y operadoras.

Al trabajar con intermediarios es necesario el establecimiento de un precio especial, 10% de comision Ver Tabla N° para las agencias u operadoras que vendan el producto.

#### • Alianzas estrategicas

Según la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo del Ecuador, en su Boletín Turístico N 12. En el año 2015 llegaron a nuestro país 1.560.429 turistas Extranjeros, del cual el 6 % equivalen a turistas Argentinos (93626) y el 3% a turistas

Chilenos(46812), en donde el 34% llegaron por vía terrestre que corresponde a 31853 Argentinos y finalmente 15916 Chilenos.

De acuerdo a las Agencias de viajes operadoras duales como: Imagine Ecuador y Geotours ubicado en la ciudad Baños, en conjunto con encuestas o entrevistas realizadas dentro de sus instituciones en los últimos 5 años mencionan el perfil del turista Sudamericano (Argentina, Chile)

### **El recorrido que realiza el turista Sudamericano Argentino o Chileno es**

La primera ciudad que llegan o arriban desde su país de procedencia, es la ciudad de Guayaquil porque existen tranpostes internacionales como la Cruz del Sur, Rutas de las Américas, Ormeño, CIVA, Súper Semería etc.

El 90% de turistas que arriban Terminal Terrestre de Guayaquil, tienen como primer punto la visita interna en Ecuador la playa de Montañita para pasar la época de Fin de año. También hay que considerar que los turistas Argentinos y Chilenos Universitarios entran en vacaciones de verano antes del 24 de diciembre.

El 60% de Turistas Argentinos o Chilenos entrevistados mencionan que el segundo punto de visita en Ecuador es la ciudad de Baños de Agua Santa.

### **Estrategias**

Tomando en consideración que la Ciudad de Baños de Agua Santa es un destino turístico consolidado al igual que la Playa de Montañita, la estrategia es unirse o formar parte dentro del circuito turístico que realizan los extranjeros sudamericanos, porque conociendo su perfil de travesía se le puede integrar a Cumandá-Bucay como otro punto de visita por lo que la distancia entre Montañita a la ciudad de Baños de Agua Santa es de 510km con un tiempo de 8:h30, para lo cual se les va a brindar toda la información adecuada y detallada del paquete “*Adventures in Cloud Forest*” – “*Water’s adventures*” en los lugares estratégicos como en Bachpakers, hosterías, hostales, operadoras de turismo en Montañita, informando que Cumandá-Bucay se encuentra en la mitad del mismo recorrido, a 4 horas y que existen transporte para llegar y salir todo el día, también

se le proporcionara información que el cantón posee atractivos naturales y culturales tales como cascadas, ríos, gastronomía, bosque nublado, bosques protectores, finalmente mencionando que para las actividades de aventuras no se utiliza wetsuit (traje de neopreno) porque el clima es mayor a los 22 °C.

Esta estrategia de mercado va ir acompañado con el precio, porque se va dar un precio especial. Conociendo que en la Ciudad de Baños de Agua Santa la oferta de 2 día-1 noche con actividades parecidas en 100 dólares cuando son grupos mayores a 6 pax, nosotros vamos a dar un precio por debajo de la competencia la cual sería en 90 dólares mayores a 6 pax

Es indispensable la implementación de alianzas estratégicas con agencias de viajes y tour operadoras con el propósito de comercializar y consolidar el producto en el mercado turístico nacional, para lo cual se preestableció un rango de comisiones con lo cual se constituye los acuerdos con las siguientes operadoras de turismo de las ciudades de Guayaquil, Montañita, Puerto López, Cuenca y Riobamba, en las que se encuentran los turistas potenciales.

**Tabla 97** Agencias y operadoras de turismo de las ciudades de Guayaquil, Montañita, Riobamba y Cuenca

AGENCIAS U OPERADORAS	CIUDAD	DIRECCIÓN	TELÉFONO
ECUADOR EXPEDITION	GUAYAQUIL	Urdesa Victor Emilio Estrada N° 1305 y coatanera	042888335
MANGUAY OPERADORA DE TURISMO S.A	GUAYAQUIL	Av. De las americas S/N	042140001 098154973
OPERADORA TURISTICA ETICA	GUAYAQUIL	Calle Santa cruz 103 y Av. De las americas	042284666
OPERADORA TURISTICA ECUAVAGGIO S.A	GUAYAQUIL	Luque 323 y Chimborazo edificio Marriot	042511168 042513151
MANGLAR ROJO OPERADORA DE TURISMO	GUAYAQUIL	Los Rios 818 entre 9 de octubre y Hurtado	042379005 042378738
ECOVENTURA S.A	GUAYAQUIL	Cdla. Miraflores Av. Central N° 300 entre calle tercera y cuarta.	042207177 042205104
GO MONTAÑITA	MONTAÑITA	Ruta del spondylus	
IGUANA BACKPACKERS	MONTAÑITA	Montañita Ruta del spondylus	094996098
ME HOTEL IN MOANTAÑITA ESTATES	MONTAÑITA	Montañita Ruta del spondylus	098654213
HOSTAL KUNDALINI	MONTAÑITA	Montañita Ruta del spondylus	0985462145
HOSTAL KUNDALINI	MONTAÑITA	Montañita Ruta del spondylus	0895475721

HOSTAL BEACH	MONTAÑITA	Montañita Ruta del spondylus	0986578216
HOSTAL Balsa SURF CAMP	MONTAÑITA	Montañita Ruta del spondylus	0956214875
HOTEL BAJA MONTAÑITA	MONTAÑITA	Montañita Ruta del spondylus	0985478213
BACKPACKERS POP HOUSE	MONTAÑITA	Montañita Ruta del spondylus	0985742145
INCAÑAN ECOTURISM	RIOBAMBA	Av. Unidad Nacional	
JULIO VERNE	RIOBAMBA	Pasaje el Espectador	032962423
ECUADOR ECO ADVENTURES	RIOBAMBA	Roma y Varsovia	0998311282
ALTA MONTAÑA	RIOBAMBA	Av. Daniel Leon Borja	032942215
AEROMAR	CUENCA	Calle larga 6-102 y Borrero	07-2826913 – 2833624
ANDIVIAJES	CUENCA	Sucre 7-48 y L Cordero, P 2	07-2839351
AUSTRO TOURS	CUENCA	Luis Cordero y Honorato Vásquez, Esq	07-2831927
AVENTURAS LA PLATA	PUERTO LOPEZ	Malecón julio Izurieta y General Córdova	0997319691
MACHALILLA TOURS	PUERTO LOPEZ	Malecón julio Izurieta y Eloy Alfaro	0916944213

**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2016.


#### d. Estrategias de promocion y publicidad

Las estrategias de publicidad se definieron en base al estudio de mercado, donde los principales medios de información que utilizan los turistas nacionales y extranjeros, son el internet, television – radio y medios impresos prensa y revistas

Se diseñaron los siguientes medios publicitarios: Pagina web, pagina de facebook, revistas, tripticos y postales.

**Tabla 98** Plan de Publicidad.

<b>Objetivo:</b> Difundir los productos turísticos diseñados en el cantón Cumandá, a los turistas potenciales procedentes de las ciudades de Guayaquil, Cuenca y Riobamba.				
TIPO DE PUBLICIDAD	DETALLE	POLITICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET DE MERCADO	PRESUPUESTO ANUAL
<b>MEDIOS</b>				
Página web	Diseño de página web, Compatibles para Pc y dispositivos móviles y formularios de reservación.	Proporcionar información clara y sencilla de los productos  Contacto con el cliente.	Turistas nacionales y extranjeros que buscan tours en Internet	USD 1.000 Diseño de página web, con dominio, hosting y actualización.
Redes sociales	Creación de página de Facebook para empresas  Creación de una cuenta publicitaria.	Crear tráfico de turistas potenciales a la página web. Contacto con el cliente a través de la cuenta.  Publicación continua y actualizada de información.	Turistas nacionales y extranjeros que buscan tours en Internet	USD 1.200 Establecimiento de campañas publicitarias, por producto, y por segmento de mercado.
Blog de viajeros	Introducir información del Producto en (Paco Nadal, Bon Voyage, on my way, we are the passengers)	Proporcionar información clara y sencilla de los productos	Turistas Extranjeros	100 dólares
<b>Revista</b> Ecuador costa aventura	Incluir reportajes de los productos turísticos, / 1 publicación cada seis meses.	Buscar acuerdos con redactores de revistas mediante press trips a fin de la publicación de las rutas visitadas.	Turistas nacionales y extranjeros interesados en viajes y turismo.	USD. 1.000 Tiraje semestral de 50.000 suscriptores

<b>Prensa</b> 	Incluir reportajes de las rutas. / 1 publicación cada seis meses.	Buscar acuerdos con los redactores mediante tours gratuitos a fin de la publicación de las rutas visitadas.	Turistas Nacionales	USD. 1.000 Tiraje semanal de 160.000 ejemplares
<b>PAPELERIA</b>				
<b>Flyer</b>	Diseño e impresión de 1.000 Unidades impresos a full color, en couché de 115 gr.	Distribuir en las empresas vinculadas a la actividad turística, ferias y sitios de información.	Turistas potenciales nacionales y extranjeros de las ciudades de Guayaquil, Cuenca, Riobamba, Milagro, Duran.	USD. 200
<b>Trípticos</b>	Diseño e impresión de 1.000 Unidades Full color papel couché de 115 gr.	Distribuir en las empresas vinculadas a la actividad turística, ferias y sitios de información.	Turistas potenciales nacionales y extranjeros de las ciudades de Guayaquil, Cuenca, Riobamba, Milagro, Duran.	USD. 200
<b>Tarjetas</b>	Diseño e impresión de 1000 unidades Full color papel couché de 215 gr.	Entrega a los turistas potenciales, y empresas aliadas.	turistas potenciales y empresas aliadas	USD. 100

**Elaborado por:** Paul Aucancela 2016.



**Tabla 99** Cronograma de aplicación del plan de publicidad

MEDIO	MES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Diseño y publicación de pagina web	X											
Creación de página de Facebook	X											
Creación de campañas de publicidad en Facebook , integración de blog		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Publicación de reportaje en revista						X						X
Publicación de reportaje en prensa						X						X
Distribución de Flyers y trípticos	X				X					X		
Reuniones con Operadoras y agencias de viajes	X				X					X		
Reuniones con representantes de empresas, organizaciones y gremios.			X			X			X			

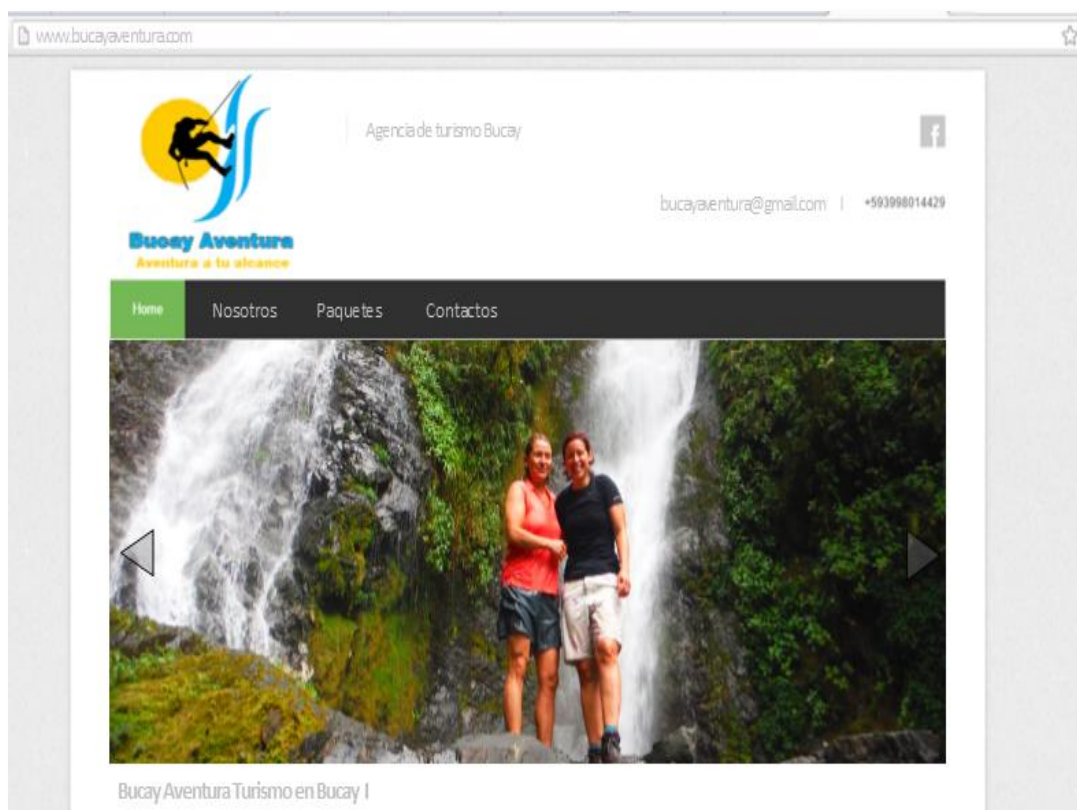
Elaborado por: Paul Aucancela, 2016.

#### a) Página web

El producto se ofertará en el siguiente sitio web, con el dominio: [www.bucayaventura.com](http://www.bucayaventura.com) constará de una amplia información detallada de los productos, considerando aspectos de fotografías, descripción, itinerario, incluye, precio, y formulario de reservación.

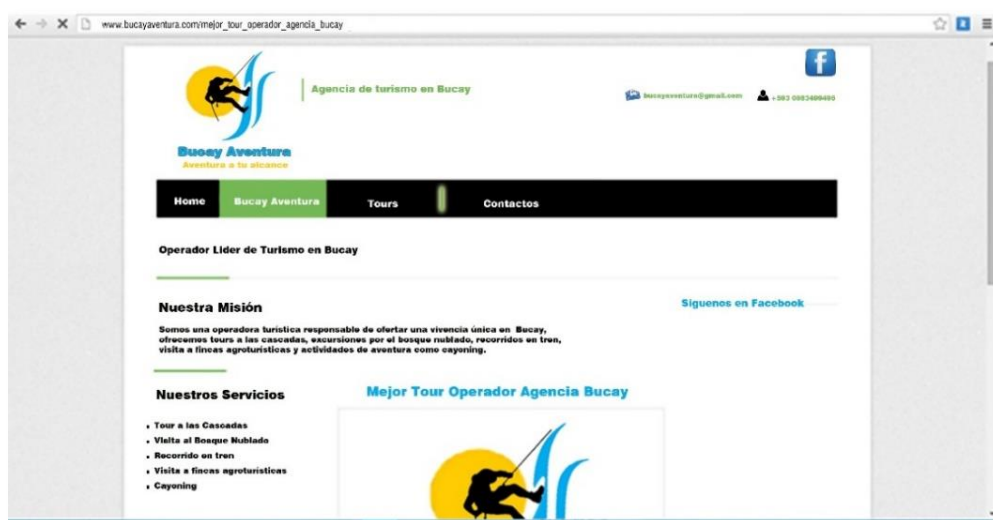
La página web estará estructurada en 4 segmentos: inicio, nosotros, productos, contactos.

**Gráfico 44** Diseño de la página Home del sitio web



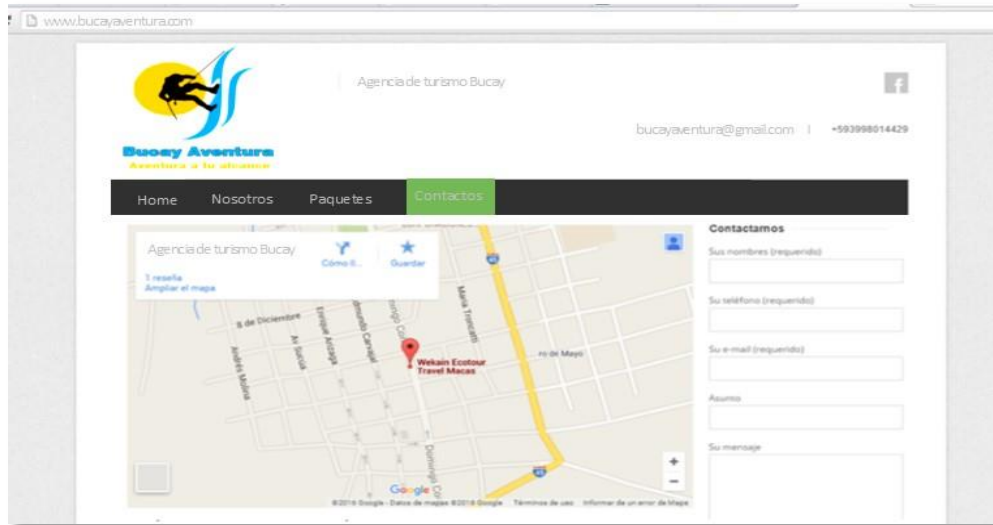
Elaborado por: Saam Bale, 2016.

**Gráfico 45** Diseño de la página Nosotros del sitio web



Elaborado por: Saam bale, 2015.

**Gráfico 46** Diseño de la página contacto del sitio web



**Elaborado por:** Saam bale, 2015.

#### **b) Página de Facebook para Empresas**

Según Facebook, 2015 “Mas de 1400 millones de personas alrededor del mundo usan esta red social diariamente, ya sea para compartir con familiares y amigos, o para recibir información que les interesa, esta conexión se lleva a cabo mediante una computadora o un teléfono celular”.

Se creará la Fan Page de la empresa, en la que se incluirá información de los productos, fotografías, información de la página web, y se creará además una cuenta publicitaria.

**Gráfico 47 1** Página de Facebook



**Elaborado por:** Wilson Gonzalez, 2015.

### **c) Campaña publicitaria en Facebook Ads.**

Debido a que el perfil del turista potencial manifiesta que el medio por el que más se informan de nuevos lugares a visitar es el internet, por esto y por los antecedentes expuestos a continuación, se ha considerado esta red social "Facebook" como medio de publicidad para los productos diseñados:

Facebook dice que "Millones de empresas han logrado presentar su producto/servicio a sus clientes potenciales de una manera más efectiva y económica que los medios tradicionales". Esto ha hecho que muchas grandes y pequeñas empresas cambien su modo de comercialización y venta, teniendo como principales ventajas:

Facebook cuenta con millones de personas, que se convierten en clientes potenciales.

Facebook permite identificar a los clientes que se pretende llegar con el producto, mediante una segmentación de edad, genero, ciudad o gustos en específico.

### **d) Requisitos para la creación de la Campaña publicitaria.**

Facebook ha creado 4 aspectos principales para la creación de una campaña publicitaria:

### Gráfico 48 Procesos de publicidad en Facebook



Fuente: Facebook, 2016.

**Usar una página de Facebook** mediante la cual se creará una cuenta publicitaria definiendo el método de pago, ya sea tarjeta de crédito, débito u otros.

**Definir el Objetivo:** Una vez creada la cuenta publicitaria se deberá definir el objetivo de nuestra campaña publicitaria, la cual será: "atraer tráfico a nuestro sitio web", es decir, hacer que las personas visiten el sitio web donde se promocionan los productos.

**Definir el público:** En base al perfil del turista potencial (edad, sexo, ciudad, principales motivos de viaje), se definirá el público al que se desea llegar con los productos.

**Definir el presupuesto:** En base a los objetivos se definirá el presupuesto a gastar por campaña publicitaria, la cual se puede medir por número de clientes (clics) y tiempo (duración de la campaña: días o meses).

## Proceso de diseño de los anuncios.



Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2016.

## Paso 1: Campaña

**Gráfico 49** Procesos de determinación de objetivo de publicidad

**CAMPAÑA: Elige tu objetivo** Usar campaña existente Volver a la versión anterior

**Elige el objetivo de tu campaña** Ayuda: selección de un objetivo

- Promocionar tus publicaciones
- Promocionar tu página
- Atraer personas a tu sitio web**
- Aumentar las conversiones en tu sitio web
- Aumentar las instalaciones de tu aplicación
- Incrementar la interacción con tu aplicación
- Aumentar el número de asistentes a tu evento
- Lograr que las personas soliciten tu oferta
- Aumentar las reproducciones de video
- Promocionar un catálogo de productos
- Generar clientes potenciales para tu negocio

**Clics en el sitio web**  
Aumenta el número de visitas a tu sitio web.

<http://www.BucayAventura.com/productoN°1>

<http://www.BucayAventura.com/productoN°1>  
Ingresa la URL de un sitio web

Cerrar sin guardar

Fuente: Facebook, 2016.

## Paso 2: Conjunto de anuncios

**Gráfico 50** Procesos de determinación de público y calendario

**CONJUNTO DE ANUNCIOS:** Define tu público, presupuesto y calendario [Volver a la...](#)

### ¿A quién quieres que lleguen tus anuncios?

**NUEVO PÚBLICO**

Dirige tus anuncios a las personas que conocen tu negocio. Puedes crear un público personalizado para mostrar los anuncios a tus contactos, visitantes del sitio web o usuarios de la aplicación. [Crear un público personalizado.](#)

**Lugares**

Ecuador

- Cuenca (Ecuador), Provincia de Azuay + 40km
- Guayaquil, Provincia del Guayas + 40km
- Riobamba, Provincia de Chimborazo + 40km

Agrega un país, estado/provincia, ciudad, mercado, código postal

Agregar varios lugares...

**Edad**  -

**Sexo**

**Idiomas**

### Definición del público

Tu público está definido.

**Características del público:**

- Lugar:**
  - Ecuador: Cuenca (Ecuador) (+40 km) Provincia de Azuay; Riobamba (+40 km) Provincia de Chimborazo; Guayaquil (+40 km) Provincia del Guayas
- Edad:**
  - 31 - 42

Fuente: Facebook, 2016.

**Gráfico 51** Procesos de determinación presupuesto.

### ¿Cuánto quieres gastar?

**Presupuesto**

\$100,00 USD

**Calendario**

**Inicio**

**Fin**   (Hora de Guayaquil)

Tu anuncio estará en circulación hasta el: **jueves, 17 de marzo de 2016.**

Gastarás **\$100,00** en total como máximo.

**Optimización para la entrega de anuncios**

**Importe de puja**

☐ Automático - Permite que Facebook establezca una puja que te ayude a obtener la mayor cantidad de clics en el enlace por el mejor precio.

☒ Manual - Define una puja según el valor que tiene para ti cada clic en el enlace.

por clic en el enlace

Puja recomendada: **\$0,15 USD** (\$0,09-\$0,20)

**Alcance diario estimado**

**2700 - 7200 personas en Facebook**

0 de 370 000

Esta es solo una estimación. Los números indicados se basan en el rendimiento promedio de los anuncios dirigidos al público seleccionado.

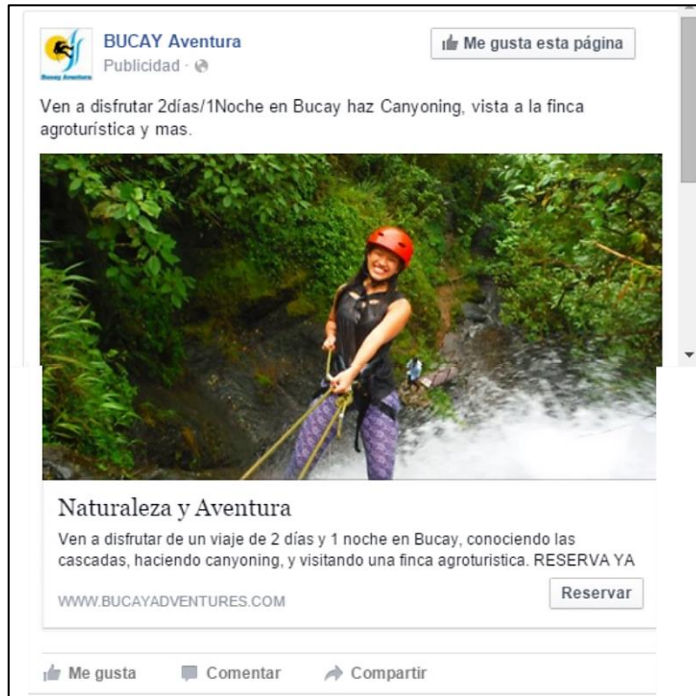
Duración del conjunto de anuncios: 20 días

**Cuándo se te factura**

Fuente: Facebook, 2016.

### Paso 3: Anuncios

**Gráfico 52** Producto "naturaleza y aventura"



**Fuente:** Facebook, 2016.

### Diseño de Flyer

Servirá para informar a las personas acerca de los productos que se ofertan, así como las características de los mismos.

### Características técnicas

Couche de 150 gr, full color, tamaño 21 x 11cm, Tiro. En la cara interna del tríptico se detalla la información primordial del producto, así como fotos e información de contacto.



Gráfico 53 Flyer producto 001



Elaborado por: Paul Aucancela, 2016.

### Diseño del tríptico

Servirán para ser distribuidos en agencias de viajes, operadoras, hoteles, Backpackers y demás establecimientos asociados al turismo.

Características técnicas.

Couche de 115 gr, full color., tamaño A4, Tiro y retiro. En la las caras interna y posterior del tríptico se detalla la información primordial del producto, así como fotos e información de contacto.

Gráfico 54 Trípticos 01

 <p><b>Bucay Aventura</b> Aventura a tu alcance</p> <p>Dirección: Bucay av. Ferroviaria Contacto: 0985147563 Sitio web: <a href="http://www.bucayaventura.com">www.bucayaventura.com</a></p>  	<p><b>Adventures in Cloud Forest</b> Ven a disfrutar deportes de aventura en Cumandá -Bucay</p>  <p><b>Biking</b></p>  <p><b>Canyoning nivel 4</b></p>  <p><b>Rafting</b></p> <p>Oferta: 90\$+ de 6 pax</p>	<p><b>Adventures in Cloud Forest</b> (2dias-1 noche) Todo incluido</p>  <p><b>Panela- alcohol</b></p>  <p><b>Bosque Nublado</b></p>  <p><b>lodge</b></p> <p>Oferta: 90\$+ de 6 pax</p>
--	---	---

Elaborado por: Saam Bale, 2016.

Gráfico 54 Trípticos

 <p><b>Buca'y Aventura</b> Aventura a tu alcance</p> <p>Dirección: Bucay av. Ferroviaria Contacto: 0985147563 Sitio web: <a href="http://www.bucayaventura.com">www.bucayaventura.com</a></p>  	<p><b>Water's Adventures</b> (Cabalgatas+Rafting)</p>  <p><b>Cabalgatas</b></p>  <p><b>Rafting</b></p> <p>Oferta: 58 + de 4 pax</p>	<p><b>Water's Adventures</b> (Full Day) Bosque Nublado</p> <p><b>Gráfico 55</b></p>  <p><b>Cascadas</b></p> 
--	---	--

Por: Paul Aucancela

### **Tarjeta de presentación**

Permitirá la identificación y facilidad de información del producto.

### **Características técnicas.**

Couche de 300 gr, full color, plastificado mate, tamaño 7,5 x 5 cm, tiro.

### **Gráfico 56** Diseño de tarjeta de presentación.



**Elaborado por:** Saam Bale, 2016.



Artículo prensa y revista.

### Cumandá

*“Pequeño paraíso, de aventura, descanso y diversión, sitio donde se junta la adrenalina y la seguridad “*



**Foto 20** Cristian Echeveria

El cantón Cumandá se ubica al este de la provincia del Guayas, a una hora y media de la ciudad de Guayaquil, para acceder a esta zona se toma la vía Guayaquil-Cumandá-Riobamba-Quito, o desde la ciudad de Cuenca se toma la vía El Cajas-Puerto Inca-Triunfo-Cumandá. También se puede tomar el ferrocarril en la estación de Duran viaje que resulta maravilloso.



El viaje empieza en Guayaquil, Cuenca, Quito o Riobamba, se arriba a la zona de Cumandá, en la mañana es gratificante sentir la calidez de su clima y de su gente,

En la zona se encuentran gran cantidad de fábricas artesanales y granjas, ideales para el agroturismo, desde aquí es posible realizar recorridos a caballo o bicicleta y sentir el diario vivir de los montubios,

Para los que deseamos salir de la rutina y el estrés, es posible visitar las cascadas con agua cristalina y relajante. En el Bosque Húmedo la Esperanza, en este maravilloso lugar se encuentran las cascadas como la Isabela de 90 metros, seguidos de la Chorrera del Amor con 30 m, las Gemelas de 45 m y la Profunda Resbalosa de 25 metros, donde se practica Canyoning, actividad que consiste en el descenso de cascadas con guías especializados de manera segura usando equipos como; arnés, casco y mosquetones necesarios para que su experiencia sea inolvidable,



Otra de las principales actividades de aventura que se pueden realizar en el “*pequeño paraíso*” es el Rafting que se lo realiza en el río Chimbo catalogado con un nivel 3, apto para todo segmento de edad, con un recorrido de 45 minutos en donde cruza algunos recintos como también por el bosque tropical en donde se puede observar la biodiversidad de la flora y de la fauna.

Para más información llamar a los teléfonos 0998725425

Dirección: Bucay-Guayas-Ecuador

Página web: [www.bucayaventura.com](http://www.bucayaventura.com)

**¡¡SU VISITA SERÁ INOLVIDABLE!!**

### e) Presupuesto del Marketing Mix

**Tabla 100** Presupuesto aproximado del marketing mix

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PREIO TOTAL
Diseño de página web Con dominio	U	1	\$1.000	\$1.000
Campañas de publicidad Facebook Ads. 1 campaña mensual.	U	12	\$120	\$1.200
Introducción del producto en los blog de viajeros	U	4	\$200	\$200
Publicación de artículo en prensa	U	2	\$500	\$1.000
Publicación de artículo en revista	U	2	\$500	\$1.000
Diseño e impresión de flyer	U	1.000	\$0.20	\$200
Diseño e impresión de tríptico	U	1.000	\$0.20	\$200
Diseño e impresión de Tarjeta de presentación	U	1.000	\$0.10	\$100
			<b>TOTAL</b>	<b>4.900</b>

**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2016.

### **3. Viabilidad Legal Administrativo**

#### **a. Estudio legal**

La actividad turística se encuentra amparada en un amplio marco legal que inicia con la Constitución de la República del Ecuador, Ley de Turismo, Reglamento General de Actividades Turísticas, Ley de Compañías entre otras.

#### **1) Constitución Política del Ecuador**

De la Constitución de la República del Ecuador aprobada en 2008. se consideran los siguientes artículos.

Son deberes primordiales del estado: promover el desarrollo justo y equilibrado del Territorio, así como la defensa del patrimonio cultural y natural. (Art. 3).

El Estado reconoce el derecho de la población de vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, a la recreación y esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. (Art. 14 y 24).

Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía nacional: Comunitaria, cooperativa, empresarial, pública o privada, asociativa, familiar, domestica, autónoma y mixta. (Art. 319).

#### **2) Ley de turismo del Ecuador**

Turismo es el ejercicio de las actividades asociadas con el desplazamiento de personas a lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente. (Art. 2).

Son consideradas actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de manera habitual a las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Servicio de alimentos y bebidas
- Transporte



- Operación
- La intermediación, agencia de servicios turísticos y organización de eventos. (Art. 5).

Para ejercicio de las actividades turísticas se requiere obtener el Registro de Turismo y la Licencia anual de funcionamiento.

El Registro consiste en la inscripción del prestador de Servicios Turísticos por una sola vez en el Ministerio de Turismo, en el registro se Establecerá la clasificación y categoría. (Art. 8 y9).

El Ministerio de turismo, municipio o concejo provincial, concederán la licencia única anual de funcionamiento. (Art. 10).

### **3) Reglamento General a la ley de Turismo.**

#### **a) De la Operación turística**

El Reglamento General a la Ley de Turismo define a la Operación turística como las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

La operación turística se realizará a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación cuando las agencias de viajes u operadoras provean su propio transporte. Esa actividad se considerará parte de la agencia. (Art.43).

No puede ejercer actividades turísticas, por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60. Las sociedades civiles sin fines de lucro, definidas como tales por el Título XXX del Código Civil ecuatoriano; y las instituciones del Estado (Art. 46)

## **b) Del Registro Único de Turismo**

Obligación del Registro Único de Turismo. Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo (Art. 47)

Pago por concepto de registro. El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente. El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva. (Art. 48)

## **c) De la Licencia Anual de Funcionamiento**

Requisito previo para la operación. Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente (Art. 55)

Pago de la licencia. El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente (Art. 60)

## **4) Reglamento General de Actividades Turísticas.**

### **a) De las Agencias de Viajes.**

Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de

actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.

El ejercicio de actividades propias de agencias de viajes queda reservado exclusivamente a las compañías a las que se refiere el inciso anterior, con excepción de las compañías de economía mixta, formadas con la participación del Estado y el concurso de capital privado; por lo tanto, será considerado contrario a este reglamento todo acto ejecutado dentro de estas actividades, por personas naturales o jurídicas que no se encuentren autorizadas dentro del marco legal aquí establecido. (Art. 77)

Las actividades de las agencias de viajes desarrolladas dentro y fuera del país son:

- La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte locales o internacionales
- La reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior
- La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos, entendiéndose como tales el conjunto de servicios turísticos (manutención, transporte, alojamiento, etc.)
- La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional
- Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,
- La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeras, en otros domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de productos turísticos
- La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios
- La entrega de información turística y difusión de material de propaganda.
- La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística
- El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado

- La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones
- La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.

Las agencias de viajes, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican:

- a. Mayoristas;
- b. Internacionales; y,
- c. Operadoras.

Los locales que se destinen al funcionamiento de agencias de viajes, no podrán ser compartidos con otro tipo de actividad económica ajena a la actividad turística. Tendrán una superficie mínima de treinta metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de luz, agua, teléfono y fax, y una batería de servicios higiénicos (Art. 83)

Servicios de agencias operadoras. - Todos los servicios prestados por las agencias operadoras, de acuerdo a las atribuciones de su clasificación, pueden ser ofertados y vendidos directamente, tanto nacional como internacionalmente.

Su actividad se desenvolverá dentro del siguiente marco:

- a. Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional;
- b. Venta, nacional e internacional, de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes;
- c. Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país;
- d. Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país;
- e. Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país;
- f. Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,

g. Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo. Para la operación de los programas turísticos dentro del país, las agencias deberán utilizar guías turísticos, que posean sus licencias debidamente expedidas por el Ministerio de Turismo, previa la evaluación correspondiente. Para la operación del transporte turístico dentro del país, la operadora deberá exhibir en el vehículo su nombre y número de registro. Los guías responsables del transporte deberán portar siempre su licencia debidamente autorizada, al igual que la orden de servicio sellada y fechada por la operadora a su cargo. No podrán prestar el servicio de transporte turístico ninguna persona natural o jurídica, que no esté registrada legalmente en el Ministerio de Turismo, como agencia de viajes operadora. (Art. 89).

### **Guías Profesionales de Turismo.**

Son profesionales debidamente formados en instituciones educativas reconocidas y facultadas para ello, que conducen a uno o más turistas nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional. (Art. 118).

### **Los Guías profesionales de turismo se clasifican en:**

**Guía Nacional.** – Es el profesional de turismo debidamente autorizado para conducir turistas dentro de todo el territorio nacional exceptuando las áreas de especialización.

**Guía Nativo.** – Es el integrante de grupos étnicos, aborígenes o campesinos, habilitados por el Ministerio de turismo para conducir turistas dentro del área que corresponda al territorio del grupo étnico del cual proviene.

**Guía Especializado.** - Es el profesional guía de turismo, que demuestre poseer los suficientes conocimientos académicos, experiencias y prácticas especializadas que le habiliten para conducir grupos de turistas en sitios o zonas geográficas específicas. (Art. 119).

## **5) Registro Único de Contribuyente**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el Instrumento que tiene como función registrar e identificar con fines impositivos y como propósito informar a la administración tributaria. Para obtener el RUC de la persona jurídica se requiere:

- 1) La escritura de la constitución de la compañía.
- 2) Copia de la cedula de ciudadanía del representante legal.
- 3) Llenar el formulario correspondiente.

## **6) Ley de compañías**

Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber: (Art. 2)

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;
- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a. Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b. La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c. Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías. (Art. 20).

## **7) Propuesta legal para constituir una Operadora de Turismo.**

Los requisitos legales para constituir una Operadora de Turismo son los siguientes:

- 1) Solicitud de registro dirigida a la autoridad del Ministerio de Turismo, en donde se consignarán las actividades que realizará la Empresa.

- 2) Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, debidamente inscrita en el registro mercantil.
- 3) Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes de la persona jurídica solicitante, en la que conste como objeto la prestación de servicios turísticos de: operación y venta.
- 4) Declaración de activos fijos, para la declaración del uno por mil.
- 5) Copia certificada del representante legal
- 6) Currículo Vitae, de los ejecutivos y nóminas del personal administrado. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos 6 años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, deberá la agencia de viajes u operadora, contratar a una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas con una experiencia mínima de 6 años a nivel ejecutivo o el título académico en administración turísticas o sus equivalentes.
- 7) Licencia anual de funcionamiento, será expedida por la Municipalidad del cantón Bucay, deberá adjuntarse el Registro de Turismo expedido por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

#### **8) Requisitos a cumplir para la Operación.**

Requisitos para la prestación del servicio. - Se refieren a los requisitos mínimos que deben cumplirse para la adecuada atención al turista y para asegurar la prestación de los servicios conforme a la ley.

Son los siguientes:

- 1) Infraestructura (cuando aplique), equipamiento, accesorios y equipos mínimos para el desarrollo de cada modalidad de aventura, que se describen en el presente Acuerdo, sean estos propios o alquilados y deberán estar en buen estado de funcionamiento acorde a la modalidad que se realiza, ser homologados, cumplir con normas y, estándares internacionales y contar con certificaciones UL, ULC, CE o UIAA y deberán estar acordes al peso, altura y edad del turista que los utilice.
- 2) Plan de mantenimiento y reposición de materiales, accesorios, equipos, equipamiento e infraestructura.
- 3) Formulario de "Descargo de Responsabilidad y Asunción de Riesgos" como documento habilitante al comprobante de venta.

- 4) Medios de transporte apropiados para la operación turística de aventura que cumplan con la regulación de la Agencia Nacional de Tránsito.
- 5) Guías especializados para todas las modalidades turísticas de aventura.

#### b. Administrativo

La empresa debe ser manejada eficazmente y de manera ordenada, para esto se establece un nivel organizacional mínimo requerido.

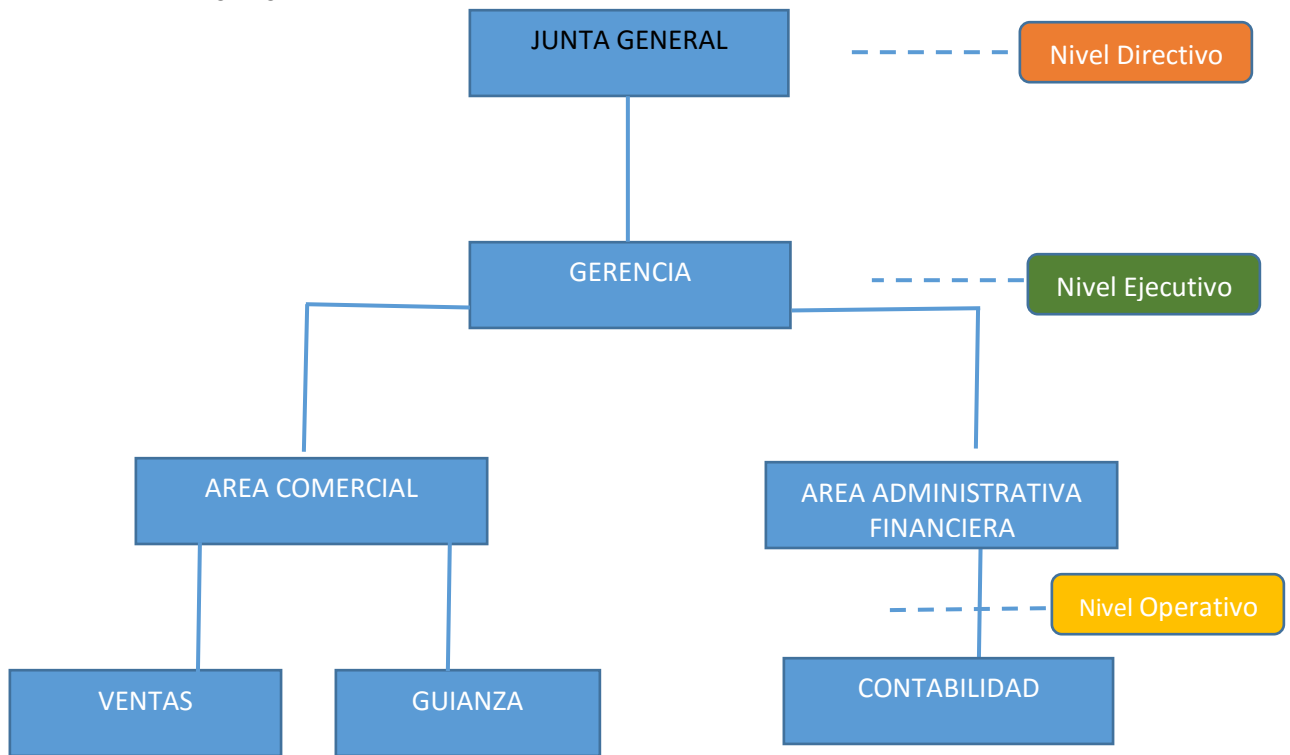
**Nivel Directivo:** Está conformado por los socios o accionistas.

**Nivel Ejecutivo:** Está conformado por la Gerencia

**Nivel Operativo:** Conformado por los departamentos o áreas: Comercial y de producción, Administrativo y Financiero.

#### 1) Organigrama estructural.

**Grafico N° 2** Organigrama estructural



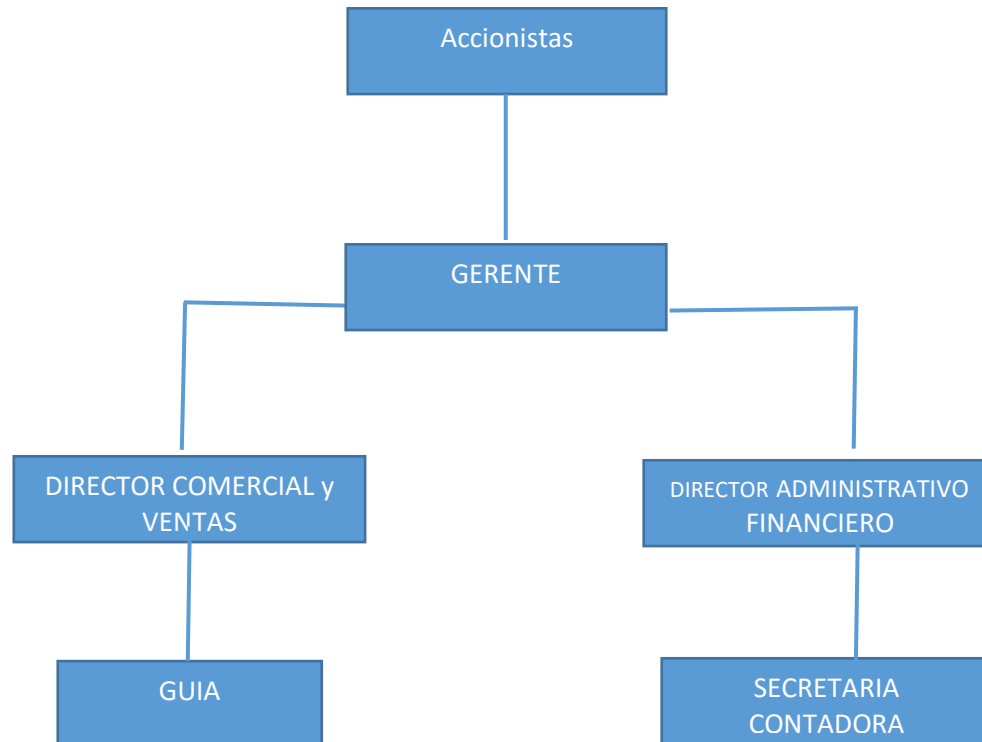
**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2016.



## 2) Organigrama funcional

En base al organigrama estructural se estableció el personal necesario para el manejo y desarrollo de la empresa, para lo cual se designó las funciones en el siguiente Organigrama:

**Grafico N° 3 Organigrama funcional**



**Elaborado por:** Wilson Gonzalez, 2016.

### 3) Talento Humano

#### a) Cargos y funciones del talento humano

**Tabla 101** Cargos y funciones del talento humano

CARGOS	FUNCIONES
<b>Gerente</b>	Lleva la dirección de la empresa, responsable del buen funcionamiento, desarrollo y productividad de la misma.
<b>Director Comercial y Ventas</b>	Planifica, coordina y supervisa la promoción y venta de los servicios ofertados por la empresa. Encargado del diseño, planificación y coordinación de la operación de los productos.
<b>Guía</b>	Encargado Informar, orientar y conducir a los turistas en las áreas destinadas para la ejecución de actividades turísticas.
<b>Director administrativo y Financiero</b>	Encargado del manejo y control financiero de la empresa. Además es encargado de la gestión y organización del personal de la Empresa.
<b>Secretaria Contadora</b>	Revisa, informa, y procesa, toda clase de documentos relacionados con la empresa.

Elaborado por: Wilson Gonzalez, 2016.

### 4) Manual de funciones

**Tabla 102** Manual de funciones

PUESTO / CARGO	COMPETENCIAS
<b>GERENTE</b> (Ing. En Ecoturismo)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Organiza y dirige reuniones periódicas de trabajo del área operativa</li> <li>· Dirige y controla la operación de la agencia - operadora.</li> <li>· Ofrece una amplia información de los servicios que presta la agencia - operadora.</li> <li>· Cuida que el trato a los clientes por parte del personal sea amable y cortés.</li> <li>· Cumple y hace cumplir los estatutos y políticas de la Empresa.</li> <li>· Aprueba los programas y planes de sus funcionarios.</li> <li>· Prepara el plan operativo anual.</li> <li>· Mantiene relaciones públicas con las instituciones del ramo.</li> <li>· Formula políticas para la realización de reservaciones.</li> </ul>

PUESTO / CARGO	COMPETENCIAS
<p style="text-align: center;"><b>GERENTE</b> (Ing. En Ecoturismo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Suscribe los documentos que le permita la ley.</li> <li>· Recibe y registra llamadas del personal administrativo de otras agencias operadoras.</li> <li>· Realiza reservaciones y contrataciones de servicios.</li> <li>· Realiza evaluaciones mensuales de los comentarios de los turistas.</li> <li>· Gestiona capacitación permanente para el personal.</li> <li>· Elabora y registra una base de datos con la nómina de trabajadores.</li> <li>· Fija horarios de trabajo.</li> <li>· Concede, certifica y justifica permisos, faltas y enfermedades de los trabajadores.</li> <li>· Atiende las inquietudes del personal administrativo y operativo.</li> <li>· Atiende las inquietudes del personal administrativo y operativo.</li> <li>Supervisa el mantenimiento preventivo y correctivo de equipos, materiales, insumos y materia prima para la adecuada prestación de servicios.</li> <li>· Realiza control de calidad en cada uno de las áreas de producción.</li> <li>· Realiza recorridos periódicos por todos los proveedores de servicios turísticos.</li> <li>· Establece contacto con proveedores para el adecuado desarrollo de las unidades de operación.</li> <li>· Coordina de acuerdo a los requerimientos de la operación con los proveedores y/o responsables de servicios.</li> <li>· Supervisa el desenvolvimiento eficiente de los itinerarios.</li> <li>· Actualiza el inventario de los bienes de la empresa.</li> <li>· Vela por mantener en las mejores condiciones las instalaciones, maquinaria, mobiliario, etc., que se utiliza en las áreas operativas.</li> <li>· Supervisa el mantenimiento de las instalaciones, decoraciones, mobiliario, senderos, etc.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>COORDINADOR DE MARKETING Y VENTAS</b> (Ing. Marketing)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Coordina actividades vinculadas a la difusión turística</li> <li>· Realiza análisis de mercado</li> <li>· Recopila material fotográfico, bibliográfico para la elaboración de medios de difusión turística</li> <li>· Maneja relaciones públicas y con otros tour operadoras</li> <li>· Controla el stock de material promocional</li> <li>· Crea paquetes y tarifas especiales con fines promocionales</li> <li>· Programa visitas de familiarización (fam trip) para potenciales clientes</li> <li>· Controla y supervisa presupuestos de ventas</li> <li>· Determina estrategias de venta</li> <li>· Maneja transacciones de dinero en efectivo o en cheque</li> <li>Define la cadena de distribución</li> <li>· Crea paquetes y tarifas especiales</li> <li>· Maneja una base de datos de los clientes</li> <li>· Busca mercados potenciales</li> <li>· Participa en eventos que representan oportunidad de cerrar nuevos negocios.</li> </ul>

PUESTO / CARGO	COMPETENCIAS
<p style="text-align: center;"><b>DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO</b> (Ing. En Contabilidad y Auditoría)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Toma decisiones de carácter administrativo y económico dentro de su capacidad</li> <li>· Remite informes administrativos, contables y financieros al Gerente.</li> <li>· Elabora planes y programas de su competencia</li> <li>· Responde por los fondos de la empresa con su firma en los cheques y la del Gerente</li> <li>· Lleva el control de los suministros y existencias.</li> <li>· Expide facturas y percibe el importe de las mismas</li> <li>· Realiza los pagos de materia prima, insumos y otras obligaciones</li> <li>· Lleva el control diario de todos los ingresos y gastos de la empresa, es decir un proceso contable que incluya: Plan de cuentas, Estado de situación inicial, Diario General, Diario Mayor, Balance de comprobación, Estados y análisis Financieros</li> <li>· Formula declaraciones fiscales</li> <li>· Realiza conciliaciones bancarias Ordena, clasifica y archiva comprobantes de ingresos y egresos</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>GUIA (Guía especialista) IRF ICOPRO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Prepara las condiciones más favorables para el tour</li> <li>· Coordina con el encargado de alimentos y bebidas la alimentación de su grupo</li> <li>· Realiza guianza de grupos</li> <li>· Cuida de la seguridad de los turistas</li> <li>· No usa drogas ni alcohol</li> <li>· Cuida de aspectos higiénicos antes de manipular los alimentos</li> <li>· Mantiene contacto estrictamente como guía con el turista durante el tour</li> <li>· Cuida del comportamiento de su grupo durante el recorrido</li> <li>· No pide regalos, ni discute con sus compañeros de trabajo frente al turista</li> <li>· Interpreta flora y fauna del sitio y cuida de ellas.</li> <li>· Es responsable de la infraestructura turística</li> <li>· Cuida de los equipos y herramientas</li> <li>· Cuida de su vocabulario durante el tour (no habla malas palabras)</li> <li>· Está facultado para recibir turistas en la agencia y explicarles sobre los productos</li> <li>· Maneja conocimientos de primeros auxilios</li> <li>· Revisar el buen estado de equipos y materiales para usarlos en el tour.</li> <li>· Se encarga de recrear y reproducir la experiencia del tour en un cd de fotografías que será entregado a cada uno de los visitantes.</li> </ul>

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2011.

### 5) Perfil requerido del recurso humano

**Tabla 103** Perfil

No.	CARGO/PUESTO	REQUISITOS FORMATIVOS Y COGNOSCITIVOS	DEPENDENCIA
1	Gerente	Título Superior en Administración, Turismo o Ecoturismo. Experiencia mínima de dos años en actividades similares. Habilidades en Negocios y Relaciones Humanas.	Junta de Accionistas
1	Secretario/a – Contador/a	Título Superior en Finanzas o Contador Público Autorizado o Licenciado en Contabilidad Pública y Auditoría Experiencia mínima de un año en actividades similares. Conocimientos actualizados de programas contables financieros Amplio conocimiento de la Ley de Régimen Tributario	Gerencia
1	Coordinador de Marketing y Ventas	Título Superior en Marketing, Economía, Gestión Comercial o Administración Amplia capacidad para las relaciones humanas. Experiencia mínima de un año en cargos similares Excelentes relaciones públicas	Gerencia
1 1	Guías especializados Guías nativos	Licencia de Guía Nativo Licencia de Guía Especializado (IRF, ICOPRO) Conocimiento de Inglés Conocimiento de técnicas de guiar y manejo de grupos Conocimiento de flora y fauna de la zona Alto sentido de responsabilidad y	Jefe de Producción

**Elaborado por:** Wilson Gonzales, 2011.

## 6) Sueldos y salarios del recurso humano

**Tabla 104** Sueldos y salarios del recurso humano

N°	PUESTO/CARGO	SUELDO MENSUAL	IESS 11.15 %	Fondos de Reserva % 8.33	Vacaciones 15 Días	DECIMOS		SUELDO ANUAL
						3	4	
1	Gerente/Administrador	600	66,9	49.98	300	600	366	9868.56
1	Secretaria/Contadora	450	50,17	37.48	225	450	366	7642.8
1	Guía especializado	450	50,17	37.48	225	450	366	7642.8
1	Guías Nativo	366	40.80	30.48	183	366	366	6162.36
				<b>TOTAL</b>				<b>31.016,52</b>

**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2016.

## 7) Normas y Reglamento para empleados y visitantes.

El Ministerio de Turismo mediante el Reglamento de Actividades Turística de Aventura, 2014.

Establece el siguiente reglamento a seguir para empleados y visitantes:

### a) Normas para los empleados.

Políticas generales para el personal

- Mantener una relación amable y respetuosa con los turistas.
- Trabajar de manera coordinada, conjunta y respetuosa con el resto del personal.
- Prohibido ingerir bebidas alcohólicas y sustancias psicotrópicas en horario de trabajo o en las horas libres que se encuentren dentro de los senderos o comunidades.
- Ser puntual y mostrar ética profesional en todas las actividades que se le encomiende.
- Se atenderán las necesidades y se responderán las inquietudes de los turistas con prontitud y amabilidad.
- Dar buena imagen física y psicológica a los turistas a fin de lograr la confianza de los mismos.
- Evitar o solucionar cualquier contratiempo relacionado con peleas, y discusiones entre turistas.

- Se prohíbe tomar las pertenencias de los turistas.
- En el caso de que el visitante olvide alguna pertenencia se procurará, la entrega inmediata, de conseguirla, se informará y guardará hasta que su dueño la solicite.

**b) Los guías de turismo de tendrán las siguientes obligaciones:**

El Ministerio de Turismo mediante el Reglamento de Actividades Turística de Aventura, 2014. Establece el siguiente reglamento a seguir para los Guías de turismo:

- Verificar las modalidades turísticas de aventura contratadas por el turista y coordinar con la agencia de viajes operadora o dual la logística necesaria para desarrollar en el momento y lugar adecuado cada una de las modalidades de aventura para la que fuere contratado.
- Solicitar a la agencia de viajes operadora o dual que entregue los formularios de "Descargo de Responsabilidades y Asunción de Riesgos" del turista participante previo al inicio de la modalidad turística de aventura contratada.
- Respetar y cumplir los lineamientos de cada una de las modalidades turísticas de aventura que se vayan a realizar acorde a lo estipulado en el presente Acuerdo.
- Dar al turista una "Charla Instructiva Técnica y de Seguridad" de la modalidad turística de aventura que fuese a realizar.
- Llevar siempre, en el caso de guías, su licencia de guía especializado de turismo de aventura y para los instructores, el correspondiente certificado de la modalidad que vayan a realizar con los turistas. Tanto las licencias como los certificados deberán estar vigentes.
- Previo a la realización de modalidades de aventura, chequear que los equipos que los clientes hayan traído personalmente y el equipo, accesorios y equipamiento proporcionado por la agencia de viajes operadora o dual se encuentren en óptimas condiciones de conformidad con lo establecido en el presente Acuerdo, cumpliendo además estándares y normas internacionales.
- No permitir la realización de modalidades turísticas de aventura a menores de edad sin el respectivo permiso escrito de sus padres o responsables mayores de edad, ni que los turistas

realicen las modalidades cuando no hayan cumplido la edad mínima, peso y altura establecidos para cada modalidad.

- Verificar y respetar los niveles técnicos y capacidad física de sus clientes, sus propios límites y de los demás guías o instructores que le acompañen.
- Verificar que los diferentes niveles de dificultad técnica de los espacios en los que se realiza las modalidades de aventura, estén acordes a la capacidad técnica y física del turista.
- En caso de incidentes o accidentes, el guía o instructor deberá comunicar a las Entidades pertinentes de servicios de emergencia, rescate y/o evacuación y a la agencia de viajes operadora o dual lo acontecido. Además, deberá proporcionar el tipo de sangre y datos de cobertura médica y seguros del turista, si los tuviese.

#### **c) Visitantes.**

El Ministerio de Turismo mediante el Reglamento de Actividades Turística de Aventura, 2014. Establece el siguiente reglamento a seguir para los visitantes:

Los turistas que realicen modalidades turísticas tendrán las siguientes obligaciones:

- Leer detenidamente el precio estipulado por la agencia de viajes operadora o dual para cada una de las modalidades turísticas de aventura que se oferte, previo a su contratación.
- Firmar el formulario de "Descargo de Responsabilidades y Asunción de Riesgos" previo a la realización de modalidades turísticas de aventura.
- Respetar y cumplir con los lineamientos de cada una de las modalidades turísticas de aventura que se vayan a realizar acorde a lo estipulado en el presente Acuerdo.
- Escuchar la "Charla Instructiva Técnica y de Seguridad" que esté proporcionando el guía o instructor.
- Los turistas menores de edad no pueden realizar modalidades turísticas de aventura sin el respectivo permiso escrito de sus padres o responsables mayores de edad ni podrán realizar las



modalidades cuando no hayan cumplido la edad mínima, peso y altura establecidos para cada modalidad.

- Entregar a la agencia de viajes operadora o dual la siguiente información personal: - Nombres y apellidos - Nacionalidad - Fecha de nacimiento - Número de documento de identidad y/o pasaporte - Tipo de sangre - Nombre y datos de la persona a contactar en caso de emergencia - Datos de cobertura médica y seguros, si los tuviese - Condiciones médicas y alergias

#### 4. Viabilidad Económica

##### a. Inversiones del proyecto

**Tabla 105** Inversiones del proyecto

<b>Inversiones fijas</b>				
<b>Equipos de computo</b>	1		\$ 900	\$ 900
<b>Muebles y enseres</b>	1		\$ 1.500	\$ 1.500
<b>Equipo de Rafting</b>	1		\$ 6.000	\$ 6.000
<b>Bicicletas</b>	10		\$ 250	\$ 2.500
<b>Equipos para Canyoning</b>	15		\$ 250	\$ 3.750
<b>Sub total</b>				<b>\$ 14.650</b>
<b>Activos diferidos</b>				
<b>Gastos Conformación de la compañía</b>	1		\$ 1.500	\$ 1.500
<b>Promoción y publicidad</b>	1		\$ 4.900	\$ 4.900
<b>Patentes Municipales (LUAF)</b>	1		\$ 100	\$ 100
<b>Permisos de Bomberos</b>	1		\$ 25	\$ 25
<b>Sub total</b>				<b>\$ 6.525</b>
<b>Capital de trabajo</b>				
<b>Servicios básicos</b>	1		\$ 600	\$ 600
<b>Sueldos y salarios</b>	1		\$ 31.016,52	\$ 31.016,52
<b>Arriendo</b>	1		\$ 200	\$ 2.400
<b>Sub total</b>				<b>\$ 34.017</b>
<b>Total</b>				<b>\$ 55.191,52</b>

Elaborado por: Paul Aucancela, 2016

**b. Fuentes y usos del proyecto**

**Tabla 106** Fuentes y usos del proyecto

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Total inversión	Recurso propio	Préstamo
<b>Inversiones fijas</b>						
Equipos de computo	1		\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 900,00	
Muebles y enseres	1		\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
Equipos para Canyoning	15		\$ 250,00	\$ 3.750,00	\$ 3.750,00	
Equipos para Rafting	1		\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	
Bicicletas	10		\$ 250,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	
<b>Activos diferidos</b>						
Gastos Conformación de la compañía	1		\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
Promoción y publicidad	1		\$ 4.900,00	\$ 4.900,00	\$ 4.900,00	
Patentes Municipales (LUAF)	1		\$ 100	\$ 100	\$ 100,00	
Permisos de Bomberos	1		\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	
<b>Capital de trabajo</b>						
Servicios básicos	1		\$ 600,00	\$ 600,00		\$ 600,00
Sueldos y salarios	1		\$ 31.016,52	\$ 31.016,52		\$ 31.016,52
Arriendo	1		\$ 200,00	\$ 2.400,00		\$ 2.400,00
<b>Total</b>				\$ 46.691,52	\$ 21.175,00	\$ 34.016,52

**Tabla N° 2** Fuentes y usos del proyecto

**c. Financiamiento del proyecto.**

**Tabla 107** Financiamiento del Proyecto.

<b>FINANCIAMIENTO</b>	
<b>Recurso propio</b>	\$ 21.175,00
<b>Préstamo</b>	\$ 34.016,52
<b>Total asignación</b>	\$ 55.191,52

Elaborado por: Paul Aucancela, 2016

#### d. Cálculo de depreciaciones

##### 1) Depreciación de activos diferidos

De acuerdo con lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno, en el art. 28 Gastos generales deducibles, determinan el porcentaje anual depreciación de los activos fijos. Esta depreciación se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable.

**Tabla 108** Referencia de depreciaciones

Activos Fijos	% Anual
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5%
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	20%
Equipo de cómputo y software	33%

##### 2) Depreciación de activos fijos

De acuerdo las normas técnicas de turismo de aventuras en el capítulo de Seguridad, de los art 12-14, mencionan que todo equipo deberá tener la certificación de organizaciones especializadas en actividades relacionadas con la utilización de cables y cuerdas para la vida útil, entre las cuales se encuentran UIAA(*Unión Internacional de Alpinistas Asociados*), GCEU (*Guardia Costera de los Estados Unidos*), como empresas asociadas tales como NRS, Petzl Ederlin, Sweet etc., que cumplen con los lineamientos generales de seguridad de sus productos.

Para Petzl la vida útil de una cuerda es de aproximadamente de 3 años de uso continuo, cinco desde el primer uso y diez desde que sale de la fábrica. No obstante, depende del factor de resistencia, el número de caídas y la atención que haya soportado

Para NRS la vida útil de sus equipos de Rafting son de 5 años aproximadamente de uso continuo, certificado por la GCEU (*Guardia Costera de los Estados Unidos*),

**Tabla 109** Depreciación de activos fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	% DEPRECIACIÓN	AÑOS POR LEY	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR SALVAMENTO 30%
Equipos de computo	\$ 900,00	33%	3	\$ 210,00	\$ 270,00
Muebles y enseres	\$ 1.500,00	10%	10	\$ 105,00	\$ 450,00
Bicicletas	\$ 2.500,00	20%	5	\$ 350,00	\$ 750,00
Equipo de Rafting	\$ 6.000,00	20%	5	\$ 840,00	\$ 1.800,00
Equipos para Canyoning	\$ 3.750,00	33%	3	\$ 875,00	\$ 1.125,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.380,00</b>	<b>\$ 4.395,00</b>

Elaborado por: Paul Aucancela, 2016

**Tabla 110** Amortización de activos diferidos

DIFERIDO	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Conformación de la compañía	\$ 1.500,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Promoción y publicidad	\$ 4.900,00					
Patentes Municipales (LUAF)	\$ 100,00					
Permisos de Bomberos	\$ 25,00					
Total	<b>6525</b>					

Elaborado por: Paul Aucancela, 2016

**e. Amortización del Crédito**

**El cálculo del pago de la deuda se realizó con los siguientes datos:**

**Préstamo:** 34.016,52

**Plazo:** 5 años

**Capitalizable:** anual

**Interés:** 12%

**Tabla 111** Cálculo del pago de la deuda.

PERIODO	CAPITAL PRESTADO	INTERES	CAPITAL PAGO	MONTO	SALDO
Año 1	\$ 34.016,52	\$ 4.081,98	\$ 6.803,30	\$ 10.885,28	\$ 27.213,22
Año 2	\$ 27.213,22	\$ 3.265,59	\$ 6.803,30	\$ 10.068,89	\$ 20.409,92
Año 3	\$ 20.409,92	\$ 2.449,19	\$ 6.803,30	\$ 9.252,49	\$ 13.606,62
Año 4	\$ 13.606,62	\$ 1.632,79	\$ 6.803,30	\$ 8.436,09	\$ 6.803,32
Año 5	\$ 6.803,32	\$ 163,28	\$ 6.803,30	\$ 6.966,58	\$ 0,0
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 11.592,83</b>	<b>\$ 34.016,50</b>	<b>\$ 45.609,33</b>	

**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2016

**f. Estructura de costos y gastos, proyectada para 5 años.**

De acuerdo al Banco Central del Ecuador, en los periodos comprendidos desde los años 2011 al 2015 tuvieron una inflación anual:

Año	Inflación %
2011	5,41
2012	4,16
2013	2,70
2014	3,67
2015	3,38
Total	19,32
Inflación media	3,86

Según la Coordinación General de Estadísticas e Investigación del Ministerio de Turismo del Ecuador, en su Boletín Turístico N°12. En los periodos comprendidos desde los años 2011 al 2015 tuvieron un crecimiento anual de Turistas:

Año	Ingreso de Turistas	%
2011	1047098	6,0
2012	1141037	5,8
2013	1271901	6,5
2014	1364057	6,2
2015	1557006	5,5
Crecimiento de Turistas		6%

**Tabla 112** Estructura de costos y gastos proyectada para 5 años

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>					
Transporte	\$ 5.922,50	\$ 6.151,11	\$ 6.388,54	\$ 6.635,14	\$ 6.891,26
Alimentación	\$ 7.004,00	\$ 7.274,35	\$ 7.555,14	\$ 7.846,77	\$ 8.149,66
Hospedaje	\$ 10.815,00	\$ 11.232,46	\$ 11.666,03	\$ 12.116,34	\$ 12.584,03
Actividades	\$ 19.467,00	\$ 20.218,43	\$ 20.998,86	\$ 21.809,41	\$ 22.651,26
SUBTOTAL	\$ 43.208,50	\$ 24.657,92	\$ 25.609,72	\$ 26.598,25	\$ 27.624,95
<b>COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Servicios básicos	\$ 600,00	\$ 623,16	\$ 647,21	\$ 672,20	\$ 698,14
Sueldos y salarios	\$ 31.016,52	\$ 32.213,76	\$ 33.457,21	\$ 34.748,66	\$ 36.089,96
Arriendo	\$ 2.400,00	\$ 2.492,64	\$ 2.588,86	\$ 2.688,79	\$ 2.792,57
SUBTOTAL	\$ 34.016,52	\$ 35.329,56	\$ 36.693,28	\$ 38.109,64	\$ 39.580,67
<b>COSTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses	\$ 4.081,98	\$ 3.265,59	\$ 2.449,19	\$ 1.632,79	\$ 163,28
SUBTOTAL	\$ 4.081,98	\$ 3.265,59	\$ 2.449,19	\$ 1.632,79	\$ 163,28
<b>COSTOS DE VENTA</b>					
Promocion	\$ 4.900,00	\$ 5.089,14	\$ 5.285,58	\$ 5.489,60	\$ 5.701,50
SUBTOTAL	\$ 4.900,00	\$ 5.089,14	\$ 5.285,58	\$ 5.489,60	\$ 5.701,50
TOTAL	\$ 86.207,00	\$ 68.342,21	\$ 70.037,77	\$ 71.830,29	\$ 73.070,40

Elaborado por: Paul Aucancela, 2016



### g. Estructura de ingresos

#### Datos:

Para la estructura de ingresos se consideró el número total de la cuota de mercado correspondiente a 1030 personas, la cual ha sido distribuida para los dos productos diseñados, así el 70% pertenece al producto N°1 y el 30% al producto N° 2, para esto se tomó como referencia el estudio de la demanda, tomando el porcentaje de personas que les gustaría hacer un tour de 1 día y el porcentaje de quienes les gustaría tour de 2 días.

- Cuota de Mercado: 1030
- Paquete 1: 70%=721
- Paquete 2: 30%=309

#### Ingresos es igual a:

- $P1 \times Q$  (*Precio\*Cantidad*)
- $101 \times 721 = \mathbf{72821}$
  
- $P2 \times Q$
- $65 \times 309 = \mathbf{20085}$
  
- $(P1 \times Q1) + (P2 \times Q2)$
- $(101 \times 721) + (65 \times 309) = \text{Ingresos: } \mathbf{92906}$

- 2do Año

$$(721 \times 0.06) + 721 = 764,2$$

$$(\$101 \times 0.0386) + 101 = \$104,90$$

**Tabla 113** Estructura de ingresos

ITEMSRUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Cientes por año	721	764	810	858	910
precio del paquete 1	\$101,00	104,90	108,95	108,95	113,15
Cientes por año	309	327	347	368	390
Precio del paquete 2	\$ 65,00	\$ 67,51	\$ 70,11	\$ 72,82	\$ 75,63
INGRESOS TOTALES	92.906	\$ 102.281,70	\$ 112.603,56	\$ 120.355,81	\$ 132.501,63
Cientes totales	1030				

**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2016

CRECIMIENTO DEL TURISMO	6%
INFLACION	3,86%

**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2016

## h. Estado de resultados

**Tabla 114** Estado de resultados.

<b>ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS</b>					
<b>RUBROS</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
<b>Ventas netas</b>	\$ 92.906,00	\$ 102.281,70	\$ 112.603,56	\$ 120.355,81	\$ 132.501,63
<b>- Costos de producción</b>	\$ 43.208,50	\$ 24.657,92	\$ 25.609,72	\$ 26.598,25	\$ 27.624,95
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	\$ 49.697,50	\$ 77.623,78	\$ 86.993,84	\$ 93.757,56	\$ 104.876,69
<b>-Costos de administración</b>	\$ 34.016,52	\$ 35.329,56	\$ 36.693,28	\$ 38.109,64	\$ 39.580,67
<b>-Costos de ventas</b>	\$ 4.900,00	\$ 5.089,14	\$ 5.285,58	\$ 5.489,60	\$ 5.701,50
<b>(=) Utilidad operativa</b>	\$ 10.780,98	\$ 37.205,08	\$ 45.014,99	\$ 50.158,31	\$ 59.594,52
<b>-Costo financiero</b>	\$ 4.081,98	\$ 3.265,59	\$ 2.449,19	\$ 1.632,79	\$ 163,28
<b>Activo diferido</b>	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
<b>(=) Utilidad neta antes de rep de utilidades</b>	\$ 6.399,00	\$ 33.639,50	\$ 42.265,80	\$ 48.225,52	\$ 59.131,24
<b>- Reparto de utilidades 15%</b>	\$ 959,85	\$ 5.045,92	\$ 6.339,87	\$ 7.233,83	\$ 8.869,69
<b>(=) Utilidad neta antes de impuestos</b>	\$ 5.439,15	\$ 28.593,57	\$ 35.925,93	\$ 40.991,69	\$ 50.261,55
<b>- Impuestos 25%</b>	\$ 1.359,79	\$ 7.148,39	\$ 8.981,48	\$ 10.247,92	\$ 12.565,39
<b>(=) Utilidad neta</b>	\$ 4.079,36	\$ 21.445,18	\$ 26.944,44	\$ 30.743,77	\$ 37.696,16

Elaborado por: Paul Aucancela, 2016

**i. Cálculo del flujo caja**

**Tabla 115** Cálculo del flujo de caja

	RUBROS	0	1	2	3	4	5
+	VENTAS		\$ 92.906,00	\$ 102.281,70	\$ 112.603,56	\$ 120.355,81	\$ 132.501,63
-	COST. PRODUCC.		\$ 43.208,50	\$ 24.657,92	\$ 25.609,72	\$ 26.598,25	\$ 27.624,95
-	COSTOS. ADMINIS.		\$ 34.016,52	\$ 35.329,56	\$ 36.693,28	\$ 38.109,64	\$ 39.580,67
-	COSTOS VENTAS		\$ 4.900,00	\$ 5.089,14	\$ 5.285,58	\$ 5.489,60	\$ 5.701,50
-	COSTOS FINANCIEROS		\$ 4.081,98	\$ 3.265,59	\$ 2.449,19	\$ 1.632,79	\$ 163,28
-	AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ)		\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
=	UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.		\$ 6.399,00	\$ 33.639,50	\$ 42.265,80	\$ 48.225,52	\$ 59.131,24
-	REPARTO UTILIDADES		\$ 959,85	\$ 5.045,92	\$ 6.339,87	\$ 7.233,83	\$ 8.869,69
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		\$ 5.439,15	\$ 28.593,57	\$ 35.925,93	\$ 40.991,69	\$ 50.261,55
-	IMPUESTO		\$ 1.359,79	\$ 7.148,39	\$ 8.981,48	\$ 10.247,92	\$ 12.565,39
=	UTILIDAD NETA		\$ 4.079,36	\$ 21.445,18	\$ 26.944,44	\$ 30.743,77	\$ 37.696,16
+	DEPRECIACIONES		\$ 2.380,00	\$ 2.380,00	\$ 2.380,00	\$ 2.380,00	\$ 2.380,00
-	Equipos de computo	\$ 900,00					
-	Muebles y enseres	\$ 1.500,00					
	Equipos para Rafting	\$ 6.000,00					
	Bicicletas	\$ 2.500,00					
-	Equipos para Canyoning	\$ 3.750,00					
-	INV. ACT. DIFERIDO	\$ 6.525,00					
-	INV. CAPITAL DE TRABAJO	\$ 34.016,52					
-							
+							
-	AMORT. PRESTAMO		\$ 6.803,30	\$ 6.803,30	\$ 6.803,30	\$ 6.803,30	\$ 6.803,30
	FLUJO DE CAJA	-\$ 55.191,52	\$ 343,94	\$ 17.021,87	\$ 22.521,14	\$ 26.320,46	\$ 33.272,86

**Elaborado por:** Paul Aucancela, 2016

## 5. Viabilidad financiera.

**VAN** (Valor Actual Neto)

Datos:

Inversión del Proyecto: \$ 55.191,52

Flujo de Caja:

La tasa de rentabilidad: 15 %.

AÑOS	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA	\$ 343,94	\$ 17.021,87	\$ 22.521,14	\$ 26.320,46	\$ 33.272,86

Formula:

$$V.AN. = -A + \frac{Q_1}{(1+i)^1} + \frac{Q_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+i)^n}$$

$$-55191,52 + \frac{343,94}{(1+0,15)^1} + \frac{17021,87}{(1+0,15)^2} + \frac{22521,14}{(1+0,15)^3} + \frac{26320,46}{(1+0,15)^4} + \frac{33272,86}{(1+0,15)^5}$$

**VAN= 3.286,70**

TIR: 17.14

$$0 = -A + \frac{Q_1}{(1+r)} + \frac{Q_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

$$0 = 55191,52 + \frac{676,06}{(1+i)^1} + \frac{17432,30}{(1+i)^2} + \frac{22956,83}{(1+i)^3} + \frac{26778,20}{(1+i)^4} + \frac{33748,82}{(1+i)^5}$$

**Tabla 116** Viabilidad Financiera

<b>Valor Actual Neto (VAN)</b>	<b>\$ 3.286,70</b>
<b>Tasa Interna de Retorno (TIR)</b>	<b>17,14%</b>
<b>Relación Beneficio-Costo</b>	<b>\$ 1,79</b>

Elaborado por: Paul Aucancela, 2016

**a. El valor actual neto**

El proyecto del producto turístico tiene un VAN de \$3.286,70 dando a conocer que existe una rentabilidad aceptable.

**b. Tasa interna de retorno**

La TIR del proyecto es de 17,14 % lo que quiere decir que es viable financieramente.

**c. La relación beneficio/costo.**

La relación beneficio costo del proyecto es de \$1.79, lo que quiere decir que por cada 1 dólares invertidos se obtendrá un beneficio de 0.79 centavos de dólar.

**d. Periodo de recuperación de capital.**

El periodo de recuperación de capital es en el segundo año, en donde se han cubierto en la totalidad la inversión, por lo que existen ganancias, a partir de ese periodo los ingresos superan a los egresos.

**Tabla N° 3** Periodo de recuperación de capital.

<b>Año</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Capital</b>	(\$ 55.191,92)	(\$ 55.535,46)	(\$ 38.513,16)	(\$ 15.992,34)	\$ 10.326,87	\$ 43.600,69

Elaborado por: Paul Aucancela, 2016.

## 6. Punto de Equilibrio

### Paquete 1

CF	
Transporte	75
Rafting	15
Canyoning	10
Total	\$ 100

CvMe:  
7+15+10=32

CV	
Bicicletas	5
Almuerzo	6
Cena	5
I. Fabricas	2
Hospedaje	15
Total	\$ 33

### Paquete 2

CF	
Transporte	50
Rafting	15
Cabalgatas	15
Total	\$ 80

CvMe:  
5+15+15=35

CV	
Almuerzo	3
Box Lunch	2
I. Cascadas	1
Total	\$ 6

$$CF = Q_1 (P_1 - CvMe) + Q_2 (P_2 - CvMe)$$

### Datos:

$$(32 \times 721) + (35 \times 309) = 23072 + 10815 = \mathbf{33887 \text{ CF}}$$

$$33887 = 0,7Q (101 - 33) + 0,3Q (65 - 6)$$

$$33887 = 65,3Q$$

$$\mathbf{519 = Q}$$

$$60\% \quad B = (433 \times 101) + (185 \times 65) - (33887 + (433 \times 32) + (185 \times 35)) = \mathbf{1540}$$

$$80\% \quad B = (577 \times 101) + (247 \times 65) - (33887 + (577 \times 32) + (247 \times 35)) = \mathbf{13336}$$

$$100\% \quad B = (721 \times 101) + (309 \times 65) - (33887 + (721 \times 32) + (309 \times 35)) = \mathbf{25132}$$

## **VI. CONCLUSIONES**

- A.** El Cantón Cumandá está conformado por 10 ríos, el 30% son rápidos o raudales, un río es extenso en las dos épocas del año (Río Chimbo) de jerarquía II y 2 crecen su caudal en invierno (Río Chancha, Río San Pablo), mientras que el 80% corresponde a riachuelos o arroyos tales como: Río Blanco, La Lucía, Chilicay, El Rosario, Zurucay, Mayahuán y Azul.
- B.** La evaluación del Río Chimbo, determinó que el proyecto es viable practicar rafting en dos trayectos como: la sección San Pablo y Río Blanco, con caudales que están en el rango de 40-60  $m^3/s$ , con gradientes hasta los 100m y con porcentaje de calidad de Agua, Medio en San Pablo y calidad Malo al Final del trayecto de la sección Río Blanco.
- C.** El estudio técnico determinó un plan de operación, con la calidad de los equipos, marcas, recomendaciones. Además cursos o licencia aprobadas por el ministerio de turismo y la *Internacional Rafting Federation*, manual de Operación con charla de seguridad, y un plan de contingencia seguidos de un manual de rescate en aguas rápidas.
- D.** El proyecto es viable ambientalmente debido a que el porcentaje de afectación del mismo es del 2%, y los impactos generados son reversibles, lo que significa que el impacto del proyecto es no significativo.
- E.** El estudio de mercado realizado determinó que el proyecto es viable comercialmente, debido a que existe aceptación de los turistas nacionales y extranjeros para adquirir un paquete turístico en el cantón Cumanda. Además, se identificó el Perfil del Turista, los competidores directos como: el Cantón Baños de Agua Santa, Montañita, Puerto López, obteniendo una cuota de mercado de 1030 pax.
- F.** Se diseñó dos paquetes: “*Adventures in Cloud Forest*” de 2 días-1 noche (\$90 +6 pax) y “*Water’s Adventures*” Full Day (\$65+4 pax). Además se deberá conformar una Operadora de turismo que cumpla con el marco legal turístico del Ecuador, y que han sido establecidos en el estudio legal y administrativo de este trabajo.
- G.** Se determinó los canales de comercialización y estrategias del producto Directa: Pagina web, ventas en la oficina e indirectas: por medio de backpackers, lodge, hostales, hoteles. Además el Estudio financiero determina que el producto turístico diseñado es económica y



financieramente rentable, pues alcanza una TIR de 17,14% frente al -12% en promedio que pagan los bancos por ahorro de dinero. Un VAN de \$3.286,70 y una relación costo beneficio de \$1.79, lo que indica que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de \$0.79.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- A.** Actualizar de manera constante el inventario de atractivos naturales y culturales con el objetivo de formar nuevas actividades acordes a las exigencias requeridas de los turistas.
- B.** Aprovechar las recomendaciones de los turistas para mejorar en la operación o ventas de los productos.
- C.** Investigar periódicamente los perfiles de los turistas Nacionales-extranjeros, para tener la estrategia de mercado actualizado.
- D.** Se recomienda contratar periódicamente campañas de publicidad, acorde a las nuevas herramientas informáticas disponibles.
- E.** Se recomienda emplear las medidas de mitigación propuestas en el presente estudio, con el fin de reducir el impacto ambiental que cause la operación del producto turístico diseñado.
- F.** Se recomienda seguir los lineamientos establecidos en este estudio, y que sirven para la operación del producto diseñado, y que han sido dispuestos por el Ministerio de Turismo, mediante el Reglamento de Actividades Turísticas de Aventura, 2014.

## VIII. RESUMEN

La siguiente investigación propone: diseñar un producto turístico de rafting en el cantón Cumandà, provincia de Chimborazo; consta de 7 etapas, inventario de atractivos turísticos de ríos, diseño de una metodología para evaluación de ríos, estudio técnico de rafting, estudio de mercado, diseño de paquetes turísticos, viabilidad ambiental y la factibilidad económica y financiera. Determinado que el cantón, cuenta con 10 ríos, el río Chimbo cuenta con un flujo de agua constante en las 2 épocas del año. Este río se encuentra en un nivel 3, su caudal está en el rango de 40-60 m<sup>3</sup>/s con una gradiente hasta los 100 m y con porcentaje de calidad de agua medio. El plan de operación consta de calidad de equipos, marcas, licencias, charla de seguridad y un plan de contingencia. Los turistas nacionales provienen de la ciudad de Guayaquil y los extranjeros de Argentina y Chile, obteniendo una cuota de mercado de 1030 personas. El producto turístico fue diseñado en base al perfil de la demanda que manifiesta, que las principales actividades que les gustaría realizar para turistas nacionales y extranjeros son el rafting, canyoning, bicicletas y cabalgatas; mismas que orientaron a denominar al producto con la temática "*Adventures in Cloud Forest*", tiene una duración de 2 días una noche y su comercialización se realiza mediante internet y alianzas con backpackers, lodge, hosterías, trip advisor y agencia de viajes, además el impacto ambiental que genera el proyecto es del 2%. Se determinó la factibilidad económica financiera del producto una TIR de 17,14% frente al -12% en promedio que pagan los bancos por ahorro de dinero. Un VAN de \$3.286,70 y una relación C/B de \$1.79.

**Palabras claves:** producto turístico, rafting, atractivos turísticos,

**Por: Paúl Aucancela**



## **IX. SUMARY**

### **SUMMARY**

The following research proposes: design a touristic product of rafting in Cumandá, province of Chimborazo; It consists of 7 stages, Inventory Tourist Attractions Rivers , Design of a methodology for evaluation of Rivers , Technical Study rafting , market research , design of each week , Environmental Viability and economic and financial feasibility . After determining that Cumandá has 10 rivers, the Chimbo River has a constant water flow in the 2 seasons. This river is at Level 3, its flow is in the range of 40-60 m<sup>3</sup> / s with a gradient of 100 m and has an average percentage of Water Quality. The operations plan consists of quality operation of equipment, trademarks, licenses, safety training meetings and a contingency plan. Domestic tourists come from the city of Guayaquil and foreigners of Argentina and Chile, obtaining a market share of 1030 people. The touristic product was designed based on the demand profile which shows the that the main activities they would like to perform for domestic and foreign tourists are: rafting, cannoneing, bicycles and horseback riding; same that guided to name the product with the theme "Adventures in Cloud Forest" , lasts 2 days one night and marketing is done through internet and alliances with backpackers , lodge , lodges, trip advisor and travel agency, plus the environmental impact generated by the project is 2% . Economic and financial feasibility of the product an IRR of 17.14 % compared to -12 % that savings banks pay for savings. A VAN of \$ 3,286.70 and a relation C/B of \$ 1.79.

**Key Words:** touristic products, rafting, touristic attractions

**By:** Gabriela Dumancela.



## **X. BIBLIOGRAFÍA**

1. Baca, G. (2001). *Evaluacion de proyectos*. México: Slectra. p. 45.
2. Barómetro Turístico (2014). *Cifras turísticas*. Recuperado el 20 de septiembre de 2015, de CifrasTurísticas: [http://ministerio\\_turismo\\_lanza\\_primer\\_barómetro\\_para\\_turismo](http://ministerio_turismo_lanza_primer_barómetro_para_turismo). Pdf
3. Bignee, A. (2000). *Estudio de mercado. Estudio de la demanda*. (1ra ed). Mendoza - Argentina: Milk. p. 23
4. Huaraca Calderón, C. E. (2012). *Diseño de un sistema de señalética turística en el cantón Cumandá* (Tesis de grado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.
5. Cevallos, J. (1987). *Turismo de aventura*. (2da ed). Mendoza: Elitec. p. 56
6. Contreras, C. (2005). *Proyectos turísticos*. México: Telex. p. 63.
7. Geotours Agencia de Viajes. (2015). *Turismo de aventura*. Recuperado el 6 de Enero de 2016, de Geotours: <http://www.geotours.com>.
8. Guzmán, A. (2006). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la explotación del turismo de montaña en la parroquia Pifo*. (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana. Facultad de Ciencias Administrativas, Quito.
9. Gurria, M. (1991). *Evaluación Comercial*. Mexico: Telex. p. 98
10. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Poblacion economicamente activa de la ciudad de Guayaquil*. Recuperado el 10 de Marzo de 2016, de Instituto nacional de estadisticas y censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec>
11. International Rafting Federation, (2016). *Niveles de dificultad de ríos en aguas rápidas*. Recuperado el 6 de Enero de 2016, de IRF: <http://www.irf.rafting.com>.

12. Malhotran, (1997). *Marketing turístico*. Argentina: Open. p. 25.
13. Maldonado, J. (2010). *Formación de una compañía*. España: Olatec. p. 98
14. Muñoz, E. (2011). *Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos*.  
  
Riobamba: Freire.
15. Ministerio del Turismo del Ecuador. (2004). *Inventario de atractivos*. Recuperado el 9 de  
Marzo de 2016, MINTUR: <http://www.mintur.com>
16. Meneses, (2012). *Evaluación Financiera*. México: Telex. p. 120.
17. Norma Técnica de Turismo de Aventura, (2014). *Plan de operación turística*. Recuperado el  
20 de septiembre de 2015, [http:// Norma\\_Técnica\\_Rafting-final.pdf](http://Norma_Técnica_Rafting-final.pdf).
18. Organizacion Mundial del Turismo. OMT. (2010). *Jerarquias turísticas* Recuperado el 2015 de  
16 de Marzo, de OMT: <http://www2.unwto.org/es>
19. Ricaurte, C. (2007). *Marketing turístico*. Texto básico de mercadeo turístico y hotelero.  
Riobamba - Ecuador: ESPOCH.
20. Robert, M. (2006). *Mecánica de Fluidos*. (6ta ed). España: Unral. p. 126.
21. Tierra, P. (2010). *Texto básico. Planificación territorial*. Riobamba: ESPOCH. p. 44-60

## **XI.     ANEXOS**

### **A. FICHA DE INVENTARIO**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b>	<b>1.2 Ficha N°</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b>
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b>	
<b>1.6 Categoría:</b>	
<b>1.7 Tipo:</b>	
<b>1.8 Subtipo:</b>	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b>	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b>
<b>2.3 Parroquia:</b>	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b>	
<b>4.2 Temperatura:</b>	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b>	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	

<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<b>4.9.2 Impactos negativos.</b>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b>	
<b>5.2 Causas:</b>	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b>	
<b>6.2 Causas:</b>	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b>	<b>7.2 Subtipo:</b>
<b>7.3 Estado de Vías:</b>	<b>7.4 Transporte:</b>
<b>7.5 Frecuencias:</b>	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b>
<b>7.7 Observaciones:</b>	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b>	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b>	
<b>9.3 Alcantarillado:</b>	
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>	
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>



<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b>		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	
	b) Valor extrínseco	
	c) Entorno	
	d) Estado de Conservación y/o Organización	
APOYO	a) Acceso	
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
<b>II</b>		

## B. PROFORMA DE EQUIPOS

### Crossroads S.A.

Arizaga Luque N34-432 y Guerrero  
Quito, Ecuador  
(02) 510-8558 RUC: 1791360346001

Proforma #

645

### Proforma

#### Cliente

Nombre Wilson Gonzalez  
Direccion  
Bucay, Ecuador  
Telefono (098) 724-3965

Fecha Febrero 13, 2015

Cantidad	Descripcion	Prec. Unidad	TOTAL
1	Raft - AIRE Super Puma 3 Thwarts	\$4,340.00	\$4,340.00
8	Remos - Carlisle Outfitter	\$49.50	\$396.00
1	Bomba de Inflar - NRS 5" Barrel Pump	\$225.00	\$225.00
SubTotal			\$4,961.00
12% IVA			\$595.32
TOTAL			\$5,556.32

Precios valido hasta Diciembre 2015

### C. MODELO DE ENCUESTA ESPAÑOL.

**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

Esta encuesta está dirigida a las personas que tengan interés en realizar la actividad de aventura  
Por favor señale una sola respuesta

**1. Edad (años)**

17-25 ☐ 26- 34 ☐ 35-43 ☐ 44-53 ☐ 54-62 ☐ 63-71 ☐

**2. Género** Masculino ☐ Femenino ☐

**3. Lugar de Procedencia**

**4. ¿Usualmente usted con quien viaja?**

Solo ☐ Familiares ☐  
En pareja ☐ Amigo ☐

**5. ¿Cuál es su nivel de ingresos familiar?**

500-800 ☐ 900 -1200 ☐ más de 1200 ☐

**6. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?**

Vacaciones ☐ Negocios ☐ Visitas a Familiares o Amigos ☐

**7. ¿Cuál es el medio que utiliza para informarse de un lugar que desea visitar?**

Publicidad en periódicos y revistas ☐ Agencia de viajes locales ☐  
Radio y televisión ☐ Referencias Amigos o Familiares ☐  
Internet ☐

**8. ¿Cuándo realiza un viaje por turismo que tiempo permanece en el lugar?**

De 1 a 3 días ☐ De 4 a 5 días ☐ Más de 5 días ☐

**9. ¿Cuándo viaja cuánto gasta por día por persona?**

De 10 a 30 dólares ☐ De 31 a 60 dólares ☐ De 61 a 100 dólares ☐ Más de 100 dólares ☐

10. ¿Cuándo viaja que servicios utiliza?

Hospedaje ☐  
Alimentación ☐

Trasporte ☐  
Guianza ☐

Ninguna de las anteriores ☐

11. ¿Conoce sobre Cumandá Bucay?

Sí ☐ No ☐

12. ¿Ha visitado Cumandá o Bucay?

Sí ☐ No ☐

13. ¿Cuál sería el tiempo de duración del tour que usted prefiere?

½ día ☐ 1 día ☐

14. ¿En la Agencia de Viajes de su elección con que servicios adicionales le gustaría que cuente?

Almuerzo ☐

Boxlunch ☐

Videos o fotos ☐

15. ¿Al momento de efectuar su pago lo hace?

Efectivo ☐ Cheque ☐ Transferencia Bancaria ☐

Depósito ☐ Tarjeta de Crédito ☐ Cuál \_\_\_\_\_